

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN - TACNA

Facultad de Ciencias de la Salud

Unidad de Segunda Especialidad Profesional de Enfermería

EL CONSUMO DE LA TELEVISIÓN SIN FUNCIÓN SOCIAL
Y SU INFLUENCIA EN EL ROL DE LA MUJER EN EL
HOGAR DE LA ASOCIACIÓN MIRADOR DE
BELLA VISTA - ALTO DE LA ALIANZA
TACNA, 2017

TESIS

Presentada por:

Lic. Lourdes Esquivel Vega

Para optar el Título de Segunda Especialidad en:

SALUD FAMILIAR Y COMUNITARIA

TACNA - PERÚ

2019

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN-TACNA

Facultad de Ciencias de la Salud

Unidad de la Segunda Especialidad Profesional de Enfermería

EL CONSUMO DE LA TELEVISIÓN SIN FUNCIÓN SOCIAL Y SU
INFLUENCIA EN EL ROL DE LA MUJER EN EL HOGAR DE
LA ASOCIACIÓN MIRADOR DE BELLA VISTA –
ALTO DE LA ALIANZA TACNA, 2017

TESIS

Presentada por:

LIC. LOURDES ESQUIVEL VEGA

Para optar el título de Segunda Especialidad en:


SALUD FAMILIAR Y COMUNITARIA

Aprobada por Unanimidad, ante el siguiente jurado:


Dra. María Dalila Salas de Cornejo
Presidenta


Dra. Ingrid María Manrique Tejada
Miembro


Dra. Silvia Cristina Quispe Prieto
Miembro


Dra. María Soledad Porrás Roque
Asesora

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo mi amor a mi esposo Jorge González Gómez por ser soporte constante en cada paso que doy.

A mi asesora, Dra. María Porrás, gran apoyo brindado.

A la Dra. Ingrid Manrique por la dedicación y el tiempo ofrecidos en los momentos que la necesitaba.

Lourdes

AGRADECIMIENTO

A ti Dios por bendecirme en cada paso que doy en la realización y culminación de la especialidad.

A las mujeres de la Asociación Mirador Bella Vista del Distrito Alto de Alianza por haber sido el soporte fundamental de este estudio.

A mis padres Leonidas y Eudocia por el cimiento de la responsabilidad que me dieron.

A mi asesora Dra. María Porrás Roque por impartirme motivación, su experiencia y conocimientos.

Lourdes

ÍNDICE

	Pág.
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1. FUNDAMENTOS Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	14
1.4. FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	16
1.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	16
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
2.2. BASES TEÓRICAS.....	23
2.3. DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE TÉRMINOS.....	54
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	
3.1. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	55
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	55
3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS.....	56
3.4. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	59
3.5. PROCESAMIENTO DE DATOS.....	60
3.6. ASPECTOS ÉTICOS.....	61

CAPÍTULO IV: DE LOS RESULTADOS

4.1. RESULTADOS 63
4.2. DISCUSIÓN 98

CONCLUSIONES 110

RECOMENDACIONES 111

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 114

ANEXOS

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo determinar el consumo de la televisión sin función social y su influencia en el rol de la mujer en el hogar de la Asociación Mirador Bella Vista- Alto de la Alianza Tacna, 2017. Es un estudio de tipo descriptivo, diseño correlacional y corte transversal, con una población conformada por 104 mujeres de las familias de la asociación Mirador Bella Vista del distrito del Alto de la Alianza. Concluyendo que el 47,1% es ama de casa, el 38,5% tiene trabajo independiente y solo el 14,4% tiene trabajo dependiente. Sobre el consumo de televisión, el 71,2% lo hace de manera regular, y un 10,6% en un alto nivel. Sobre el tiempo de crianza de los hijos, el 35,6% le dedica una hora y el 25% le dedica 2 horas. La razón de este tiempo es porque el 54,8% se dedica a tareas domésticas y el 43,3% trabaja. Se concluyó y evidenció que el consumo de la televisión sin función social influye sobre rol de la mujer en el hogar de la Asociación Mirador Bella Vista del distrito Alto de la Alianza.

Palabras clave: Rol de la mujer en el hogar, consumo de la televisión.

ABSTRACT

The present study aims to determine the influence of the consumption of television without social function in the role of women in the Mirador Bella Vista Association - Alto de la Alianza Tacna, 2017. It is a descriptive study, correlational design and cross section, with a population made up of 104 women from the families of the Mirador Bella Vista association in the Alto de la Alianza district. Concluding that 47,1% are housewives, 38,5% have independent work and only 14,4% have dependent work. On television consumption, 71,2% do so regularly, and 10,6% at a high level. About the time of raising children, 35,6% dedicate an hour and 25% dedicate 2 hours. The reason for this time is because 54,8% is dedicated to domestic tasks and 43,3% works. It was concluded that the consumption of television without social function influences the role of women in the Mirador Bellavista Association in the Alto de la Alianza district. This association is very significant when the woman has high consumption of television, where the role of the woman is at the beginning and the role of the remarkable woman is diminished.

Keywords: Role of woman, consumption of television.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tuvo como objetivo principal, determinar la influencia del consumo de la televisión sin función social en el rol de la mujer en el hogar, la información obtenida es de las mujeres amas de casa, pobladoras de la Asociación Mirador Bella Vista, ubicada en la zona periférica o Cerro Intiorko del Distrito Alto de la Alianza Tacna 2017.

La importancia de investigar este tema radica en conocer el rol de las mujeres de zonas periféricas, ya que son ellas quienes acostumbran a ser responsables en el cuidado de los miembros de su hogar; así mismo estudiar cómo la televisión sin función social influye en ella. Quizá se convierta en una barrera y fenómeno que la postergue socialmente en su integridad y que alcance a los miembros de su familia, siendo sus hijos la parte más vulnerable expuesta.

El rol de la mujer ha variado durante las últimas décadas, enfatizándose desde el momento en que un grupo de mujeres decidieron luchar para buscar justicia social para mujeres y hombres, dando como resultado el día internacional de la mujer y que ha permitido que muchas mujeres se den

cuenta que pueden desempeñarse en distintos ámbitos y no solo el hogar. Aunque el rol de la mujer, desde inicios de la formación de la sociedad, se ha limitado principalmente al ámbito familiar, hoy en día se le considera en la mejora de las condiciones socio-económicas y políticas de las sociedades.

Mosquera considera a “La mujer como miembro fundador de la familia, primera célula que forma la sociedad, tiene un papel importante en la creación, formación y mantenimiento de valores de las personas que la integran. Su sueño de tener hijos, su naturaleza de ser madre, se hace realidad; pero también es allí donde empieza su mayor responsabilidad con la sociedad. En la actualidad, el desarrollo tecnológico y social permiten a la mujer alternar diferentes papeles. Ser madre, esposa, ejecutiva, empleada y ama de casa, son funciones todas de la misma importancia, a las que ella imprime su sello inconfundible: el de mujer” (1).

A pesar de la integración de la mujer en el ámbito laboral, la mujer no ha descuidado su otro “trabajo de tiempo completo” que es ser ama de casa, sin embargo, esto ha hecho que varíen sus rutinas, sus horas de descanso, la hora de acostarse, la postergación de actividades más importantes como las de información en salud u otros, dando más horas al consumo de

programación televisiva sin función social ya sea como medida distractora para ella y para los que cuida, y que poco o nada contribuye al desarrollo de su rol en el hogar.

Arboccó define el consumo de la televisión sin función social o coloquialmente llamada “televisión basura” como un “conjunto de programas de televisión cuyos contenidos son muy pobres tanto en la propuesta cognitiva como en la socio-afectiva que nos brindan, aspectos centrales que forman la riqueza psicológica de cualquier ser humano” (2). En base a lo señalado por el autor es que se puede ver que existen elementos fuertes y contenidos distractores en la televisión sin función social que afectan el rol de la mujer en el hogar, estos desvían la atención de los asuntos importantes como los educativos, culturales, políticos, económicos, de salud, etc.

El presente trabajo de investigación se presenta en capítulos, siendo el Capítulo I: Planteamiento del estudio, que contiene Fundamentos y formulación del problema, Objetivos de la investigación, Justificación y operacionalización de variables. Capítulo II. Marco teórico, que contiene Antecedentes de la investigación, Bases teóricas y científicas, Definición conceptual de términos. Capítulo III. Metodología de la investigación, se

expone Tipo y Diseño, Población y muestra, Técnicas e instrumento de recolección de datos, Procedimientos de recolección de datos, Procesamiento y análisis de datos. Capítulo IV. Los resultados y discusión. Finalmente conclusiones, recomendaciones y los Anexos.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. FUNDAMENTOS Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.1.1. FUNDAMENTOS

En la presente investigación se analiza el consumo de la televisión sin función social y su influencia en el rol de la mujer en el hogar de la Asociación Mirador Bella Vista - Alto de la Alianza Tacna.

La Televisión y los programas que emiten tienen gran incidencia sobre la socialización y la formación de actitudes en el rol de la mujer en el hogar y su gran influencia sobre la educación de los hijos. La mujer de nuestro tiempo se enfrenta cada vez más a un acúmulo de desafíos y responsabilidades que exigen de ella el deber de escoger entre múltiples opciones de vida. Existe la oportunidad y la presión de la sociedad actual para desarrollarse y ser exitosa en muchas áreas. Así mismo, el consumo de televisión sin función social en la mujer se ha convertido en obstáculo latente para realizar acciones educativas,

culturales, de salud que empodere el desarrollo integral de la mujer como pieza vital en el correcto funcionamiento del hogar. Cuando eso no se logra, no sólo sufren los integrantes de la familia, sino que además no se permite el crecimiento y desarrollo de la sociedad.

La televisión es tal vez el medio de comunicación con mayor influencia en los hogares del mundo, pues este es un agente socializador, buscando a partir de su contenido mostrar la realidad del contexto en la que se está inmerso.

El inicio de producciones de programas sin función social se produjo en Estados Unidos en la década de los 80, siendo imitados rápidamente por otros países; en Perú fue en la década de los 90 (3). El término “telebasura” se popularizó en 1993 en España y fue añadido al Diccionario de la Real Academia Española (DRAE) con el significado genérico de “conjunto de programas televisivos de muy baja calidad” (4).

En el Perú se usa el término “televisión basura” para hacer referencia a los talk show, noticieros sensacionalistas, programas de farándula y chismes que son los que más abundan en todos los

canales y por supuesto los realities, en especial los programas Combate y Esto es Guerra (3).

En este contexto, según las encuestas la gente reconoce que el contenido de nuestra televisión es de baja calidad, pero igual lo consume. Según Centeno (3), refiere que los principales tipos de programa de televisión que se consumen en familia son los de entretenimiento (51%), infantiles (40%), series, miniseries y novelas (38%) y los noticieros (32%).

En un reciente trabajo realizado por el Consejo Consultivo de Radio y Televisión del Perú (5) al año 2017, las cifras indican que los peruanos ven en promedio tres horas diarias de televisión. Así mismo, se concluye que “los equipos con mayor presencia en los hogares peruanos son el televisor (99%) y la cocina (99%) seguido del celular (93%) y radio (91%)”, sobre los accesos al contenido, el 65% es por suscripción por cable y el 56% es de señal abierta. Sobre el control de consumo, el 94% controla el tiempo y los programas a ver por los hijos menores de 14 años. Sobre la satisfacción, el 40% está poco satisfecho y la mayor causa es por la falta de programación educativa

y cultural representada por el 55%. Con datos como estos el panorama es, según nuestro análisis, peligroso.

En la IX Encuesta Nacional de Televisión de Chile (6) sobre el ordenamiento de género entorno al consumo televisivo se obtuvo que, en promedio, la población tiene 2,5 televisores en su hogar; el 68% de los hombres estudiados tienen trabajo remunerado y un 15% son jubilados, en cuanto a las mujeres el 45% tienen trabajo remunerado y el 31% son amas de casa.

Sobre los hábitos de consumo, el 65% ve televisión abierta, de ese porcentaje se obtiene que los hombres están representados por un 59% y las mujeres en 69%. Así mismo, el 59% de varones ve televisión de señal abierta con la familia y el 63% en el caso de las mujeres, sobre este último dato el 70% son mujeres que trabajan en el hogar y un 74% está en busca de trabajo (6).

Sobre la satisfacción de la señal abierta, el 37% de los hombres está satisfecho, un 44% está representado por las mujeres; la insatisfacción de esta señal abierta está representado por el 60% de

hombres pertenecientes a estratos altos mientras que el 54% pertenece a la población de mujeres de estrato alto y que no tienen hijos menores de 13 años, así mismo, esta insatisfacción se debe a la poca variedad (22%), programas malos (14%) y por poca cultura (11%) (6).

Según el Target Group Index (TGI) (7) una encuestadora sobre el perfil del consumidor, analizó a la mujer peruana; de la población estudiada el 69% toman decisiones en su hogar, el 20% son jefes de familia y el 55% son madres. El 64% de mujeres consumen entre 4-6 medios en su vida diaria, de ellos, el 95% es televisión, el 90% es publicidad exterior y el 64% radio. Siendo el consumo promedio de 3 h con 36 min de televisión, 2 h 24 min de internet, 22 h 12 min de radio; el 72% es porque las entretiene, el 45% por la publicidad que presentan y el 27% usa internet.

Es necesario aclarar que la televisión es un aparato socializador que produce un gran impacto en los valores y creencias de las personas en general, pues es la que refuerza juicios de valor,

opiniones y modelos, debilitando de cierta forma la capacidad analítica del televidente.

En este sentido, el consumo de la televisión sin función social se presenta como una problemática social imperceptible de la mujer en el seno de los hogares que no nos permite realizar intervenciones a otras necesidades sociales susceptibles de modificar.

Para el Trabajador Social el consumo de televisión sin función social representa también una causa indirecta la desintegración familiar, de los padres de asumir su rol como primeros y principales educadores de sus hijos, generalmente los padres esperan que las escuelas replacen sus omisiones; olvidando que los hijos necesitan de esa orientación y amor que los padres les puedan dar, ya que al mismo tiempo observamos que la mayoría de las mujeres de esta población de estudio dedica muy poco o nulo tiempo para la convivencia y para la comunicación en el hogar.

La Asociación Mirador Bella Vista se encuentra ubicada en la parte del Cerro Intiorko del Distrito Alto de la Alianza de la Provincia de

Tacna, cuenta con una población aproximada de 500 habitantes quienes en su mayoría son migrantes de Puno, esa principalmente constituida por una población joven de 30 a 39 años que se dedican al comercio ambulorios, trabajos eventuales, albañilería, trabajos domésticos. Conformadas en 104 familias, con un promedio de 1 a 2 hijos que habitan en viviendas estratégicamente ubicadas en 7 manzanas.

Es una zona de tierra árida, expuesta a diferentes riesgos del entorno como de derrumbes, pistas no asfaltadas, con carencia de necesidades básicas como la falta instalaciones de agua y desagüe, viviendas precarias como de esteras, madera, y calamina, presencia de vectores, animales domésticos, no cuentan con servicio de ruta urbana, presencia de cúmulos de basura, aspectos que la tipifica como zona de pobreza, asimismo un gran porcentaje de vivienda cuenta con instalaciones de cable.

En este contexto, el rol de la mujer en el hogar ejerce una enorme influencia para preservar la unidad de la familia, a pesar de las circunstancias sociales económicas de pobreza. El rol de la mujer

resulta de gran importancia, sin embargo, se ve afectado seriamente por la influencia de factores que están en cada hogar, como la influencia del consumo de la televisión sin función social o llamada también televisión basura.

1.1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Por lo expuesto, nació la inquietud de realizar este trabajo de investigación presentándose la siguiente interrogante:

¿Cuál es el consumo de la televisión sin función social y su influencia en el rol de la mujer en el hogar de la Asociación Mirador Bella Vista - Alto de la Alianza Tacna, 2017?

1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar el consumo de la televisión sin función social y la influencia en el rol de la mujer en el hogar de la Asociación Mirador Bella Vista - Alto de la Alianza Tacna, 2017.

1.2.2. OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Identificar las características sociodemográficas de la mujer en el hogar de la Asociación Mirador Bella vista - Alto de la Alianza Tacna, 2017.
- Identificar el consumo de la televisión sin función social en la mujer de la Asociación Mirador Bella Vista - Alto de la Alianza Tacna, 2017.
- Establecer el rol de la mujer en el hogar de la Asociación Mirador Bella Vista - Alto de la Alianza Tacna, 2017.
- Establecer la influencia del consumo de la televisión sin función social y el rol de la mujer en el hogar de la Asociación Mirador Bella Vista - Alto de la Alianza Tacna,2017.

1.3. JUSTIFICACIÓN

La televisión constituye una fuente efectiva en la creación y formación de actitudes en los niños, ya que desde temprana edad son sometidos a su influencia, y cuando se habla de sometimiento se atribuye la responsabilidad a los padres de familia, especialmente a la mujer que este mayor tiempo en el hogar.

La mujer juega un gran rol en el hogar, es un ser humano capaz de pensar y discernir: hacer el bien, ayudar a otros y dar un gran aporte para esta sociedad. La conexión entre ellas con los miembros de la familia es algo extraordinario.

Pero la mujer al quedarse en el hogar empieza a ver ciertos programas, novelas, películas o series vulgares o violentas, ciertos “programas periodísticos”, “noticieros”, “programas de entretenimiento”. Ya lo dijo el politólogo italiano Giovanni Sartori en la sociedad teledirigida: “Vivimos en la cultura de la incultura”. Sabemos que existe esa llamada “televisión basura” que no es más que un conjunto de programas de televisión cuyos contenidos son muy pobres tanto en la propuesta

cognitiva como en la socio-afectiva que nos brindan, por decir dos aspectos centrales que forman la riqueza psicológica de cualquier ser humano.

Es importante este estudio de Investigación porque va a reorientar las acciones en salud familiar y trabajo comunitario del establecimiento correspondiente como el C.S Alto de la Alianza y los otros sectores Institucionales, así permitirá a la mujer a reorientar las acciones de adecuar su vivencia, ordenar sus quehaceres, elegir lo que realmente le ayudará en la crianza de sus hijos en el hogar y permitir su realización propia.

Este estudio de investigación es relevante porque el profesional de la salud tomará las medidas preventivas y funcionales de la familia y poder trabajar en el ciclo vital familiar a través de la promoción de la salud y no solo se logrará calidad de vida para ellas; sino también para sus familias e hijos y esto contribuirá a superar la problemática de muchas mujeres que desconocen que hay otras medidas que permitirán conservar la salud de su familia.

1.4. FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS

HIPÓTESIS GENERAL

- El consumo de la televisión sin función social influye en rol de la mujer en el hogar de la Asociación Mirador Bella Vista, Alto de la Alianza, Tacna- 2017.

1.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable dependiente:

- Rol de la mujer en el hogar

Variable independiente:

- El consumo de la televisión sin función social

<p>Independiente El consumo de la televisión sin función social</p>	<p>Acceso a programas que se caracterizan por su desagradable contenido, en los que prima la vulgaridad, malestar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Series - Novelas - Realities - Programa de espectáculos - Talk show - Canales/ cable que ven. 	<ul style="list-style-type: none"> - Al fondo hay sitio - Novelas Turcas - Esto es guerra - Combate - Al aire - Amor, amor, amor - Espectáculos - Caso Cerrado - Tengo algo que decirte - Latina, -ATV -América 	<p>Ordinal Poco (4 a 8 puntos) Regular (9 a 12 puntos) Alto (13 a 16 puntos)</p>
--	--	--	---	--

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Morón M. (8) en su trabajo “Pobreza en la televisión nacional. Lima – Perú, 2010” refiere que los programas televisivos deberían asumir la responsabilidad de proponer y brindar una comunicación efectiva, tema en el cual el interactuar con el público receptor debería ser una relación dinámica y de esta manera conseguir la retroalimentación esperada de orden educativo formativo que necesitamos. La pobreza televisiva de nuestro País solamente le entrega al público televidente lo que ellos, en su mayoría, desean recibir de manera cómoda y escasamente participativa y sobre todo sin hacer el menor esfuerzo.

Cruz E. (9) en su trabajo “La tele-basura peruana. Perú, 2013” Refiere que la televisión peruana se ha empeñado en no producir verdaderos programas para los niños. No sólo eso, en horario de protección al menor se atreven a envenenar cada vez con mayor atrevimiento a los pequeños. "Por televisión basura se designa a cierto tipo de programas que se caracterizan por su mala calidad de

forma y contenido, en los que prima la chabacanería, la vulgaridad, el morbo y, a veces, incluso la obscenidad y el carácter pornográfico".

Centeno R. (3) en "Tv basura: El caso de los programas juveniles Combate y Esto es Guerra. Perú, 2016" concluyó que este tipo de programas despierta en los jóvenes el morbo y la curiosidad el interés banal por las ocurrencias en pantalla y los camerinos. Es evidente que la violencia, el sexismo, el morbo y el escándalo no solo están presentes, sino que son ingredientes esenciales de este tipo de programas dirigidos a un público altamente receptivo y de poca capacidad crítica. Finalmente, el consumo de TV en el hogar depende en gran medida de las decisiones que se tomen en la familia, tanto por los padres de familia como los hijos.

Cortavitate E. (10) en "Reflexionando sobre la influencia de la televisión en adolescentes y jóvenes limeños: una propuesta de activismo digital Lima – Perú, 2016" refirió que existe un fuerte consenso entre los participantes en lo que respecta a su opinión sobre el estado de la televisión nacional, confirmándose la percepción de baja calidad en sus contenidos, inapropiados para niños y jóvenes. No se identificó un patrón común en su visionado televisivo, dedicándole tiempo en limitadas ocasiones de tiempo libre y en fuerte competencia

con la navegación por internet. Cuando entran en contacto con la televisión es, en la mayoría de casos, sólo para ver la programación por cable y muchos sólo entran en contacto con la oferta nacional indirectamente o por voluntad ajena, al compartir espacios con familiares que sí la ven. En general, quienes recurren a la televisión por entretenimiento lo hacen pasivamente y sin buscar algún contenido en concreto sino como una forma accesible y de bajo esfuerzo para pasar el rato.

Así mismo, reconocen que en los contenidos de la televisión nacional está la cultura del chisme, el uso del morbo para alcanzar mayor rating, la escasa cobertura de temas importantes en los noticieros, la deformación de la realidad y lo contagioso que puedan ser los comportamientos mostrados para los televidentes, especialmente en los menores de edad (10).

Herrera P. (11) en su trabajo “Rol de género y funcionamiento familiar. Cuba 2010” realiza un breve bosquejo del surgimiento y significación del rol de género y se relaciona con algunos de los indicadores de funcionamiento familiar, analizando en qué medida puede afectar la expresión favorable del mismo, alterar la dinámica interna de las relaciones familiares y actuar como factor patógeno en

la salud familiar. Concluye que persisten sobrecargas para la mujer en cuanto a las tareas del hogar, la educación y crianza de los hijos, así como prejuicios y concepciones erróneas sobre el papel de cada miembro de la familia. Sin embargo, estos cambios están avaladas por legislaciones sociales como el Código de la Familia y el Código de la Niñez y la Juventud, que contribuyen a que la sociedad se vaya perfilando cada vez más hacia un equilibrio y flexibilidad adecuados en cuanto al rol de género que favorezca la armonía y la salud familiar.

Yarto C, Lozano JC. (12) en “Televisión, rutinas y vida cotidiana en mujeres de México, Guadalajara y Monterrey. México 2004” realizó su estudio basado en los hallazgos de la Cátedra Televisa en el Tecnológico de Monterrey, la investigación explora la manera en que mujeres de distinta edades, ocupaciones y niveles socioeconómicos integran la televisión en sus rutinas diarias, y cómo varían sus modos de ver televisión y sus preferencias programáticas frente a los hombres. Mediante 1,200 encuestas y 90 entrevistas enfocadas a mujeres de Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, el trabajo muestra cómo la adscripción de género se relaciona en gran medida con los modos de ver y con las preferencias de géneros y contenidos televisivos.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. EL CONSUMO DE LA TELEVISIÓN SIN FUNCIÓN SOCIAL

El término “televisión basura” o “TV basura” viene dando nombre, desde la década de los noventa, a una forma de hacer televisión caracterizada por explotar el morbo, el sensacionalismo y el escándalo como palancas de atracción de la audiencia. La telebasura puede quedar definida por los asuntos que aborda, por los personajes que exhibe y coloca en primer plano y, sobre todo, por el enfoque distorsionado al que recurre para tratar dichos asuntos y personajes (2).

Martínez: "Por televisión basura se designa a cierto tipo de programas que se caracterizan por su mala calidad de forma y contenido, en los que prima la chabacanería, la vulgaridad, el morbo y, a veces, incluso la obscenidad y el carácter pornográfico" (13).

En la actualidad existen muchos programas en la televisión peruana con el objetivo de entretener a un público que cree que lo que ve es divertido, dinámico e informativo, pero en realidad

solo presenta personajes cuya vida llamen la atención a los televidentes y genere con esto, titulares. Tales como se ve en los periódicos “chichas”, los cuales utilizan la vida y escándalos de los demás para hacer de esto, un tema de interés público y así aumentar la comercialización del medio (14).

La sociedad peruana refiere muchas veces “Yo quiero ser como ese hombre que sale en la televisión”, “Mira sus músculos, es perfecto”, “Ese hombre blanco es mejor que el negro”, etc. Todo esto se ha ido formando en la cabeza de muchas mujeres y personas en general, pero ¿A qué se debe esta mentalidad? Lo que sucede es que día a día se muestra en la mayoría de los programas de la televisión peruana, incluso los que tienen más rating (15).

También se hace énfasis en su aspecto físico. En otros programas, este estereotipo suele captar la atención de las mujeres, todas quieren estar con ellos y relacionarse socialmente en su entorno. Asimismo, las mujeres son presentadas con cuerpos esculturales, como suele decirse un “cuerpo fitness”, con una figura delgada, casi siempre presenta una cabellera castaña o rubia, predomina el estilo de peinado

lacio. Sin embargo, algunos estereotipos también son negativos, por ejemplo, cuando se burlan de un personaje homosexual, lo muestran de una manera ridícula, muy amanerado (exageradamente) y como un objeto de burla (14).

Otro estereotipo negativo que encontramos en la televisión peruana es el de las personas andinas o amazónicas, ellos predominan sobre todo en escenas relacionadas a situaciones de pobreza o marginales. Incluso los programas de noticias suelen ser presentados como delincuentes, o en pobreza extrema, de alguna u otra forma se refleja una mala imagen, la cual no será imitada por nadie y suelen ser despreciados y marginados por la sociedad.

La sociedad acepta estos estereotipos y pretenden imitarlos y aceptar los estereotipos positivos cuando son los blancos, musculosos, mujeres delgadas, etc. Pero también, suelen menospreciarlos cuando son homosexuales o de rasgos andinos (14).

Sartori refiere: “Si esto es verdad, podemos deducir que la televisión está produciendo una permutación, una

metamorfosis, que revierte en la naturaleza misma del homo sapiens. La televisión no es sólo instrumento de comunicación; es también, a la vez, paideio", un instrumento «antropogenético», un médium que genera un nuevo ánthropos, un nuevo tipo de ser humano” (14).

El nuevo humano imitará esta imagen estereotipada, ya que se ve influenciado y sufre un cambio en su mentalidad, es eso a lo que se refiere esa metamorfosis. Ahora el homo sapiens tendrá una nueva imagen modelo y se ve influenciada por esta. Los niños que ven estos estereotipos querrán ser como ellos, y los futuros hombres en los que se convertirán van a sentir la necesidad de ser como un modelo blanco y musculoso, o a la mujer delgada y rubia. Peor aún, ningún hombre deseará parecerse al homosexual o la persona andina, porque no son admiradas (14).

Hay una distorsión en lo que un hombre debe tener como modelo, ya no es importante ser una persona con valores, respeto hacia los demás, buenos modales, o que se interese en la cultura, sino solo importarse en la imagen, en cómo serán vistos por los demás. Es decir, la programación televisiva

peruana, o por lo menos la que está llena de estereotipos, perjudican a los televidentes en su forma de actuar.

Uno de los motivos para que la televisión “basura” se mantenga en el negocio de esta industria significa, el tener un elevado nivel rating en ciertos programas televisivos hace que el empresario invierta más en ello. En el caso de la prensa, los empresarios supervisan los contenidos de sus medios porque siempre debe tener una nota sobre algún escándalo mediático y así lograr el consumo masivo; ya que, el escándalo es una de las características que con mayor recurrencia abordan los medios (14).

Cosme (14) explica cómo la población busca mayormente noticias y programas escandalosos, así pueden seguir muy de cerca a los protagonistas y personajes de la farándula favoritos. Estos programas o noticias en particular, son muy requeridos por los empresarios que se encuentran en el rubro de las comunicaciones, pues tienen como único fin el lucrar con estos programas, generando grandes ganancias. El humanismo y la relación que tienen con los medios de comunicación pueden resultar provechosos para la comprensión del tema, debido a

que el sector privado ha sabido a aprovechar la actitud capitalista que ha adaptado la televisión.

Pese a que el mundo de la farándula es uno de los mejores negocios para la industria televisiva, se puede asegurar que en televisión no existe un canal nacional que se destaque por su amplio contenido farandulero pero sí programas, se tienen como claro ejemplo el caso del programa “El valor de la verdad” conducido por Beto Ortiz cuando hizo un promedio de 40 puntos de rating entrevistando a la modelo Tilsa Lozano o el programa transmitido el 15 de marzo del 2014 que llegó a un promedio de 30 puntos de rating cuando entrevistó a la bailarina Milena Zárate (14).

Programas como Laura en América, Magaly TV, los Cómicos Ambulantes y otros de corte humorístico y talk show, fueron especialmente aprovechados por el régimen de Alberto Fujimori para sus propósitos reeleccionistas. Toda la televisión de señal abierta fue prácticamente copada por este tipo de programas con el aval de sus propietarios, quienes recibieron sobornos del gobierno, según se revelaría en el año 2000 (3).

La televisión basura puede quedar definida también por los asuntos que aborda, por los personajes que exhibe y coloca en primer plano y, sobre todo, por el enfoque distorsionado al que recurre para tratar dichos asuntos y personajes (3).

En el Perú se usa el término “televisión basura” para hacer referencia a los talk show, noticieros sensacionalistas, programas de farándula y chismes que son los que más abundan en todos los canales y por supuesto los realities, en especial los programas Combate y Esto es Guerra (3).

Ahondando en el análisis del concepto, Vivas sostiene: “Si hay un lugar común en todos estos programas que merezca el calificativo de basura para quien lo usa, es este: exhibir en primer lugar la miseria y la frivolidad humanas, el relajamiento de valores tradicionales como la fidelidad y la afirmación de conductas ilícitas o provocadoras” (3).

En este contexto, según las encuestas la gente reconoce que el contenido de nuestra televisión es de baja calidad, pero igual lo consume. ¿Por qué? esa es una de las preguntas que se intenta responder en este estudio, en relación al papel que

juega la mujer en el hogar frente a la televisión, además de identificar los perjuicios que causan en la teleaudiencia, en especial en los menores de edad, que son los principales consumidores de este tipo de programas, que se transmiten en horario de protección al menor (antes de las 20:00 horas) (3).

Programas como Al fondo hay sitio, El valor de la verdad, los programas diurnos de chismes y el espectáculo, así como los realities juveniles Combate y Esto es Guerra tienen gran éxito de audiencia, pero no pasa lo mismo con otras propuestas televisivas de tipo cultural y educativa, que se difunden principalmente en el canal de Estado (TV Perú – Canal 7) y algunos canales de cable o televisión paga. En la programación de nuestros canales comerciales este tipo de programas son prácticamente inexistentes (3).

Si se analiza la programación de los canales de televisión y el rating obtenido, se puede apreciar que estos no contribuyen en la difusión de la educación, la cultura y los valores. Por el contrario, priorizan los chismes, los romances armados y noticias sensacionalistas de asesinatos y policiales.

Estos ejemplos ponen en evidencia que los canales de televisión no actúan de acuerdo al Artículo 14º de la Constitución Política del Perú de 1993 que dispone que “los medios de comunicación social deben colaborar con el Estado en la educación y en la formación moral y cultural.

Sin embargo, existen algunos programas que sí colaboran con esta tarea, la mayoría de ellos en televisión Perú (Canal 7). Los demás espacios son programados en un inadecuado horario o sin la logística necesaria para causar impacto en la teleaudiencia (3).

Frente a esta problemática, no se debe culpar únicamente a las cadenas televisivas que poco aportan a la educación y cultura; sino es que existe desinterés de los propios televidentes en consumir estos tipos de programas.

El resultado de esta actitud de la teleaudiencia peruana es, entre otros, los efectos nocivos en la formación de los menores de edad, que al admirar a los protagonistas de los realities en cuestión los encumbran falsamente como héroes y ejemplos para la niñez y juventud (3).

Siendo la mujer la principal protagonista en el hogar, se plantea la incógnita de su rol frente a la situación presentada, esto no implica responsabilizarla de todo. Así mismo, como parte del marco teórico, se revisa los antecedentes que existen sobre el rol de la televisión en la formación de los niños, en la educación y su papel como difusor de antivalores y violencia, entre otros.

La televisión, si bien es un medio de entretenimiento, tiene también una función social –educativa y cultural- que no se cumple. Por el contrario, casi la totalidad de la programación de la televisión comercial y privada está compuesta por programas de baja calidad educativa, cultural e informativa, incluyendo los noticieros que promueven la violencia, el sexismo, el morbo y la degradación de las personas (3).

El problema es que los efectos que conlleva el consumo de programas juveniles como Combate y Esto es Guerra, involucran aspectos en la formación de los televidentes, entre ellos la deformación de valores, frivolidad, distracción, desinformación, entre otros (3).

Estos últimos son quizás los más perjudiciales en el ámbito social, los programas se convierten en elementos psicosociales que desvían la atención de niños y jóvenes de los temas realmente importantes, como temas educativos, culturales, y hasta la política económica, la corrupción política, etc. (3).

A nivel mundial, la televisión empieza su expansión en la década de 1930 en los países más avanzados tecnológicamente en ese momento.

Tal como sostiene Aguaded en el año 1998, el nuevo invento estaba pensado más en un complemento tecnológico con soporte visual de la radiotelegrafía sin cables y no en la transmisión masiva de imágenes con fines de entretenimiento, que la convertiría en todo un fenómeno social y tecnológico hasta nuestros días (16).

Según Vivas en el año 2008 en la década del 90, al amparo del gobierno fujimontesinista floreció en el país un tipo de televisión “distractivo y lava cerebros” que cumplió con creces sus dos objetivos principales: el económico, logrando altos

niveles de rating, y el político, sirviendo de elemento de distracción para la población (3).

Así surge en Estados Unidos el fenómeno de la Trash televisión o televisión basura, que se fue extendiendo a todos los formatos de televisión: informativos, espectáculos, concursos y sobre todo talk show y realities, que se ajustaron perfectamente a su molde (3).

Uno de los mayores exponentes de este tipo de programas bajo el formato de un talk show, es el animador estadounidense, nacido en Reino Unido, Jerry Springer, quien en su show busca las miserias de sus invitados, gente común que narran historias novelescas y escandalosas (infidelidades, violencia doméstica, hijos abandonados, etc.) y casi siempre terminan en insultos y golpes que les generan mucho rating y ganancia a los productores.

Vivas en el año 2008, relata que, despojada de escrúpulos y lealtades, Laura Bozzo poco a poco, literalmente golpe a golpe y grito a grito, fue superando a sus predecesores y modelos internacionales, Cristina Saralegui y Jerry Springer,

convirtiéndose con el tiempo en un “producto” de exportación (17).

Un ingrediente principal de los programas “basuras” o sin función social es utilizar personas pobres, desamparadas y vulnerables; mujeres golpeadas o abandonadas por sus maridos, que al final, luego de derramar lágrimas e improperios a diestra y siniestra.

La severidad de estos programas como ejemplo del de la señora Laura Bozzo como “defensora” de las supuestas víctimas, el llanto agradecido de ellas y las explicaciones que en su defensa hacen los presuntos “desgraciados” (así los califica ella) están tan bien armados que superan la realidad. Obviamente, todo está bien organizado por la producción del programa y según pruebas mostradas en diversos reportajes se trata de dramas fabricados o en el “mejor” de los casos exagerados al límite para lograr un mayor impacto en la teleaudiencia (17).

Como parte de este proceso evolutivo de una televisión sin función social sustentada en la guerra a muerte por el rating,

nació en junio de 2011 el programa “Combate” para competir con el programa juvenil “Habacilar”, dirigido por Raúl Romero en América TV, que durante varios años (2003-2011) lideró el espacio de la tarde noche.

A diferencia de “Habacilar”, que tenía como participantes a desconocidos y era casi netamente un programa basado en concursos, “Combate” trajo como novedad (entre tantas) hacer competir a gente ligada a la farándula local, con la finalidad de captar más la atención del público joven al que está dirigido, y además introdujo un formato mixto donde se combina concursos, competencias, música, destreza y exhibición física y sobre todo la exposición de historias reales o inventadas de los participantes, al mejor estilo de los realities. Siendo el inicio de varios programas similares en horarios estelares, generalmente a las 20 horas, imponiéndose incluso ante las telenovelas y noticieros de otros canales.

Es innegable la influencia de la televisión en las vidas que ha cambiado las costumbres y globalizado la cultura y la manera de vivir, llevan al hombre a un mundo cada vez más unidimensional. Diversos investigadores han cuestionado esta

influencia de la televisión, por considerarla negativa para la formación de valores y convertir a los telespectadores en elementos pasivos ante una “caja boba” (3).

Sin embargo, otros investigadores ven en ella, además de un riesgo para la niñez y juventud, también una oportunidad para promover valores, educación y cultura.

También hay quienes la catalogan como un simple medio de entretenimiento, algo inocuo. Los hechos y la historia transcurrida nos han demostrado –tal como lo sostiene Vivas - que la televisión parece haber sido inventada básicamente para entretener (3).

En el plano local, los peruanos consideran a la televisión como el mejor medio de comunicación masivo, al ser más entretenido, informativo y hasta educativo, más cercano a la gente y también plural y sobre todo más accesible. Aunque no lo parezca, desde sus inicios la televisión y la educación desarrollaron una relación compleja que se ha mantenido en el transcurso del tiempo (18).

Según Maydana en el año 2012, debido al éxito logrado en la teleaudiencia, otros programas también recurrieron a estas artimañas para conseguir rating, mientras que otros lo adoptaron conceptualmente y fueron más allá de los tachos: empezaron a hurgar en la vida privadas de los famosos buscando escándalos y miserias, y fabricándolos en caso de no hallar nada (19).

En muchos aspectos, la televisión fue abordando diferentes tópicos del conocimiento que solo se impartían en las escuelas, facilitando su acceso y difusión. Lo extraño es que, en lugar de complementarse, con el paso de los años la televisión y la institución escolar se fueron distanciando.

Desde sus inicios, se puede afirmar que este medio de comunicación, que ha transformado radicalmente los hábitos y costumbres de la sociedad de finales de este milenio, ha mantenido una intencionalidad manifiesta de transmitir programas con fines educativos y culturales. Frente a la televisión americana, en Europa los canales televisivos surgen como servicio público y, por tanto, con una nítida vocación formadora que se conjugará constantemente, también desde

sus orígenes, con la emisión de espacios publicitarios y comerciales, alcanzando así un difícil equilibrio, no siempre logrado, entre lo comercial/propagandístico y lo cultural/educativo.

De hecho, el carácter educativo de la televisión ha tenido siempre que hacer frente a críticas provenientes tanto de una perspectiva sociocultural y psicológica, como desde el ámbito propiamente educativo.

De la mano de la evolución tecnológica, la televisión fue ampliando su campo de acción incorporando nuevos elementos a la mera transmisión de imágenes de sus inicios. Así, pasó a ser el soporte gráfico de las noticias que antes solo se propagaban por la radio, logrando un gran impacto en la ciudadanía y ganando un enorme prestigio social. Luego, como natural complemento, empezaron a producirse series y películas exclusivas para su plataforma, compitiendo con el cine, hasta llegar a los culebrones y realities que actualmente gobiernan nuestras pantallas (3).

Además, la televisión sin función social tiene otros componentes que hacen que sus contenidos se conviertan en elementos de aculturización y desinformación, los cuales no ayudan a la formación de una opinión pública libre y fundamentada.

Según Barrueto (20) en el año 2012, estos elementos son el reduccionismo y la demagogia. El primero de ellos procura explicaciones simplistas de temas complejos o trascendentales, haciéndolos aparente y engañosamente fáciles de entender, pero totalmente parciales o interesadas. El segundo presenta las diversas opiniones como equivalentes, recurriendo a encuestas o debates que lejos de ayudar a entender determinados temas o problemas, contribuyen a la uniformización de las ideas bajo el imperio de una supuesta mayoría.

Como Corolario, en Arboccó y O'Brien en el año 2012 podemos encontrar "breves pero contundentes" comentarios de personalidades de distintos ámbitos del conocimiento y las artes sobre este tipo de televisión, que nos ilustra más sobre

sus características, motivaciones y consecuencias sobre quienes la consumen (3):

- “Invade la vida cotidiana, ocupa el espacio de la lectura y de la conversación amical” Alejandro Ortiz
- “No requiere concentración” Hernando Cortez
- “Es un instrumento que se puede usar bien o mal, está mal en el Perú porque nuestro nivel cultural es muy bajo” Emilio Barrantes
- “Por ser comercial, gratifica las malas costumbres de los sectores no educados, refuerza los mecanismos de ineducación”. Leopoldo Chiappo
- “Se hace mal uso de ella porque está en manos de comerciantes a quienes les interesa hacer dinero presentando lo que consideran gusta a la mayoría” Emilio Barrantes.
- “Es una cajita idiota, la mayoría de sus programas carecen de nivel cultural y tienen vulgaridad y violencia” Tomás Escajadillo.
- “La gran masa se satisface con programas escandalosos sin contenido político o educativo ni problemática social o humana” Luis Rey de Castro.

- “La mujer sigue siendo un objeto de consumo” Víctor Delfín.
- “La televisión considera que hay que presentar la basura en forma constante y permanente. Esto puede llevar al espectador a concluir que la realidad es basura” Armando Robles Godoy.

El avance de la televisión sin función social también ha sido criticado. Un elemento importante en la efectividad de la protesta ciudadana es sin duda la tecnología, que a través de nuevos medios como el Internet y los teléfonos inteligentes han permitido el surgimiento de plataformas alternativas a los medios masivos.

A pesar de la solicitud de un grupo de teleaudientes solicitan no auspiciar los programas sin función social, los empresarios de los canales se han organizado mejor para continuar con los programas, incluso su respuesta ha sido: “nadie está obligado a ver lo que no quiere; si no te gusta determinado programa simplemente cambias de canal o apagas el televisor”.

Pero no es tan simple como pretenden plantearlo, por dos sencillas razones: primero, la televisión es un medio gratuito que ha penetrado todos los estamentos de nuestra sociedad y se ha convertido en parte de nuestras vidas; segundo, los propietarios de los canales de televisión están en la obligación de ofrecer una programación de calidad tal como lo señalan las normas nacionales, entre ellas la Constitución Política del Estado, tal como se cita anteriormente (3).

De acuerdo al consumo de la programación de nuestra televisión peruana sin función social, se puede clasificar de la siguiente manera:

- **Series:** Es una obra audiovisual que se difunde en emisiones televisivas sucesivas, manteniendo cada una de ellas una unidad argumental en sí misma y con continuidad, al menos temática, entre los diferentes episodios que la integran (21). Entre ellos tenemos a: Al fondo hay sitio, De vuelta al barrio.
- **Novelas:** Es un género televisivo producido originalmente en varios países de América Latina, cuya principal

característica es contar desde una perspectiva básica melodramática una historia de amor a lo largo de varias decenas de capítulos (usualmente más de 100) y que casi siempre tiene un final (22). Por ejemplo: las novelas mexicanas, novelas turcas.

- **Reality show:** El concepto de reality show es un concepto muy reciente que se utiliza en el ámbito de los medios de comunicación y del entretenimiento para hacer referencia a un tipo de programa de televisión que se caracteriza por mostrar de manera real y verídica las diferentes vivencias que una persona o un grupo de personas tienen a lo largo de su día. La idea del reality show justamente es la de evitar la ficción y mostrar una realidad que no sea intervenida o que lo sea de la mínima manera posible.

El concepto de reality show es sin duda alguna uno de los más controversiales y discutidos de los últimos tiempos debido a que supone cierta invasión sobre la vida de aquellos retratados y cierta pérdida de la privacidad respecto de sus quehaceres o temas íntimos. Siendo los programas más resaltantes en Perú: Esto es guerra, Combate (23).

- **Programa de espectáculos:** Son espacios de difusión televisivos, de índole popular, y transmitidos en casi todos los canales de señal abierta a nivel nacional. Así mismo se le añade el termino Se suele llamar farándula al oficio de quienes trabajan en el mundo del espectáculo y del entretenimiento y a todo lo que rodea a estos ámbitos. Los actores, los directores, los cantantes, los modelos y los personajes mediáticos forman parte de la farándula. (24) Entre ellos tenemos: Al aire, Amor Amor Amor, América espectáculos, entre otros

2.2.2. ROLES DE LA MUJER EN EL HOGAR

Culturalmente el rol de la mujer en el hogar es caracterizado como la guardiana, enmarcándose en el área privada de la familia, mientras tanto el área publica quedaba en manos de los hombres en el trabajo. Estos dos polos se fueron introduciendo en las conciencias e ideologías de los grupos sociales y fueron arraigando en ellos como si se tratara de dos dominios de la propia naturaleza: el hogar, dominio de las mujeres, y el trabajo, ámbito específico de los hombres. De este modo la familia, y en concreto el matrimonio, queda

consolidada como una empresa social destinada a la reproducción, mantenimiento y control del orden socioeconómico de producción capitalista, lo cual quizás con el paso del tiempo en la práctica ha cambiado, aunque en la ideología dentro de muchos hogares aún conserva la creencia original de familia (25).

Desde esta ideología cultural y la relacionamos con la labor de las mujeres de la armada en su hogar podemos evidenciar la naturaleza de su rol y la importancia que tiene ésta en su núcleo familiar, considerando elementos como la educación y crianza de sus hijos, la organización económica del hogar, además de lidiar diariamente con la rutina y estrés provocado por la ausencia del marido y la preocupación de situaciones mortales que podrían ocurrirle a sus maridos por la esencia de su trabajo en cuanto a la seguridad nacional (25).

Es tan importante el papel que desempeña la mujer en la sociedad, que hablar de esto nos llevaría mucho tiempo, creo que se tendría que empezar por hablar de cada uno de los roles en los diferentes ámbitos y cada uno de ellos con sus

dificultades y con sus alegrías: Como madre, esposa, hija, empleada, amiga, hermana (26).

La vida cotidiana femenina, es muy distinta hoy día. La mujer actual tiene muchos roles todos y cada uno de ellos tan importante como el otro. Somos responsables del cuidado de nuestra casa, aunque tengamos quien realice el oficio, y estemos laborando fuera. Dirigen y controlan su casa telefónicamente desde el puesto de trabajo, y por si fuera poco llegan de trabajar y continúan en la casa con lo relacionado con la tarea de los niños y algunas otras labores pendientes

La mujer ha librado una dura batalla para entrar al mundo laboral y ganado un espacio que tenía negado, lo cual ha incrementado el trabajo y la responsabilidad de la mujer ya que con esto no deja de lado el papel más importante que tiene, el rol de madre; aunque tenga una jornada laboral la mujer siempre está pendiente del satisfacer las necesidades de sus hijos, y en general de toda la familia: Alimentación, vestidos, educación, salud física y emocional, y en general todo lo que la familia necesita para que funcione sin inconvenientes.

Esta incursión en el mundo laboral ha hecho que la vida familiar se vea modificada comparada a la que tenían nuestros padres y abuelos, épocas donde la mujer permanecía en la casa todo el día realizando labores hogareñas y cuidando los niños.

Según Horta (27) son muchos los roles en los que podría dividir el papel de la mujer actual y cada uno de ellos con una variedad de experiencias siendo las siguientes:

- **Rol de esposa.** La mujer moderna a pesar de todas sus ocupaciones, tiene la fortaleza suficiente para mantener la unidad familiar: pendiente de cada detalle para que nada interfiera en su relación.
- **Rol de ama de casa.** Está orientado a realizar labores domésticas: mantener limpia la casa, la ropa, preparar la comida, orientar en las tareas escolares, criar los hijos, un sinnúmero de labores que se debe realizar todos los días del año. Sin vacaciones ni remuneración. Pero es tan importante esta función que el solo imaginar una casa en desorden, ropa sucia, niños

sin control, sin comida preparada; creo que tendría una crisis emocional que afectaría su vida. Afortunadamente en la actualidad muchas cosas han evolucionado, existen aparatos electrodomésticos que facilitan las labores domésticas y el hombre paulatinamente se ha ido incorporando a realizar algunas labores en el hogar.

- **Rol de mujer empleada**, en los últimos años se ha incrementado, porque la situación económica requiere ingresos extras en el hogar, además la mujer ha ganado espacios públicos que antes eran negados. Ha crecido profesionalmente y su proyecto de vida va más allá de dedicarse 100% al hogar.
- **Rol de proveedora económica**, el hogar requiere de doble esfuerzo para poder mantener un equilibrio entre su trabajo y su hogar sin que alguno de ellos interfiera en el otro. Es preocupante ver las repercusiones que esto ha tenido en la familia cuando se pierde ese equilibrio y dan más importancia al trabajo: niños "abandonados", criados por el televisor o la computadora al cuidado de una niñera, hijos de padres

"ocupados" para darles tiempo con calidad. Tener empleo y familia es una labor de mucha responsabilidad y sacrificios que dará sus frutos de acuerdo a la dedicación y entrega realizada.

Otros autores consideran a la mujer en los siguientes roles (28):

- **Rol de Profesional trabajadora:** Hablamos de la mujer que realiza un trabajo remunerado, bien sea por cuenta propia o ajena, sea una profesional liberal, tenga una empresa, sea funcionaria, o trabaje a tiempo completo o a tiempo parcial, de forma fija o eventual.
- **Rol de Cónyuge:** Como esposa, en este rol se ocupará cariñosa y atentamente de su pareja y frecuentemente le ayudará en sus temas personales, como pedir por él cita en el médico o con el peluquero, comprarle sus artículos personales (ropa, artículos de aseo y similares) o ayudarlo en situaciones complicadas que se pudieran presentar.
- **Rol de Madre:** Cuando la mujer también es madre, ella es la mayor responsable de la estructura que conforma

la vida emocional, física e intelectual de sus hijos, transformando a unos bebés totalmente dependientes en unos adultos completamente independientes. La madre suele llevar el peso de los niños: frecuentemente es la que elabora y cocina los menús, hace las compras, media en las riñas entre los niños, domina la medicina pediátrica, encuentra los calcetines que se desemparejaron, toma la temperatura al niño cuando éste duerme y un sinfín de detalles que surgen en el día a día de una familia

- **Rol de Administradora del hogar:** Tanto si la mujer se ocupa personalmente de las tareas domésticas, como si supervisa a la persona que las realiza, es la mujer, la mayoría de veces, la responsable final del hogar.
- **Rol de Mujer: Rol que** requiere de mayor tiempo y de más esfuerzo (económico, personal y familiar). Hacerlo no es una frivolidad, sino una necesidad, la mujer que está bien consigo misma tiene también una buena imagen exterior que proyecta hacia los demás.

La mujer como miembro fundador de la familia, primera célula que forma la sociedad, tiene un papel importante en la creación, formación y mantenimiento de valores de las personas que la integran. Su sueño de tener hijos, su naturaleza de ser madre, se hace realidad; pero también es allí donde empieza su mayor responsabilidad con la sociedad. En la actualidad, el desarrollo tecnológico y social permite a la mujer alternar diferentes papeles. Ser madre, esposa, ejecutiva, empleada y ama de casa, son funciones todas de la misma importancia, a las que ella imprime su sello inconfundible: el de mujer.

Se ha visto que la mujer cumple diversos roles que dependerán del área en donde se desempeñe. Como la presente investigación se enfoca en el hogar, se considera como principales roles de la mujer dentro de este:

- **Ama de casa:** La mujer que se dedica a los quehaceres domésticos es conocida como ama de casa. Se trata de una persona que se encarga de desarrollar aquellas tareas que son necesarias para el funcionamiento cotidiano de un hogar. Un ama de casa limpia la vivienda,

lava la ropa, cocina, realiza las compras y, si tiene hijos, los cuida y los ayuda a estudiar, entre muchas otras tareas. Pese a asumir estas obligaciones, su esfuerzo no es remunerado, a diferencia de lo que ocurre con cualquier individuo que tiene un empleo o que desarrolla una actividad laboral (29).

- **Madre:** El concepto de madre trasciende los límites de la biología. Las mujeres que adoptan, sea por infertilidad o por voluntad de colaborar con los millones de niños que esperan ansiosos un hogar, también se convierten en madres ya que cumplen la misma función que está vinculada a la mujer que da a luz. Esto quiere decir que ser madre va mucho más allá del engendramiento en sí mismo, sino que incluye cuestiones como el amor, el cuidado y la atención (30).
- **Esposa:** Relacionado a otra persona a través del matrimonio. Como esposa, en este rol se ocupará cariñosa y atentamente de su pareja y frecuentemente le ayudará en sus temas personales, como pedir por él cita en el médico o con el peluquero, comprarle sus artículos personales (ropa, artículos de aseo y similares) o

ayudarle en situaciones complicadas que se pudieran presentar (28).

2.3. DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE TÉRMINOS

- **Rol de la mujer:** Conjunto de normas sociales, funciones, comportamientos donde se desenvuelve el género mujer (27).
- **Hogar:** En la era moderna el hogar se define como la estructura en la que convive una familia, pero más allá de los lujos que pueda haber en ella, la cualidad de hogar se la da el afecto que existe entre quienes allí residen (31).
- **Consumo de la televisión sin función social:** Acción que tienen las personas en ver programas extravagantes con el estilo de generar entretenimiento y que no contribuyen a la edificación educativa, cultural y moral.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El trabajo de investigación es un estudio de **tipo cuantitativo no experimental** porque no hacemos variar intencionalmente las variables independientes, lo que se hizo fue observar los fenómenos tal como se dan en su contexto natural (32).

El diseño es **descriptivo transversal**, porque solo se hace una medición en la unidad de análisis y **correlacional**, porque se examina los efectos de la variable asumiendo que la variable independiente ha ocurrido señalando efectos sobre la variable dependiente (32).

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

Población de estudio: La población universo de estudio está conformada por 104 mujeres de las 104 familias de la Asociación Mirador Bella Vista 2017.

Muestra estudio: Se consideraron al 100% las mujeres de la Asociación Mirador Bella Vista, se realizó por conveniencia considerando los criterios de inclusión y exclusión.

Muestreo: No probabilístico, por conveniencia

A. Criterios de Inclusión

- Mujeres de los hogares de la Asociación. Mirador de Bella Vista- Alto Alianza que acepten participar en la investigación.
- Mujeres en el hogar mayores de edad (18 a más años).

B. Criterios de Exclusión

- Mujeres de hogar que no desean participar en la investigación.
- Mujeres en el hogar menores de 18 años.

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

Se utilizó la técnica de encuesta y entrevista, el instrumento utilizado para la recolección se utilizó el cuestionario para medir las variables. (Ver anexo 3)

Validación del instrumento

El instrumento destinado para el estudio de investigación fue validado con el apoyo y asesoramiento de 4 expertos y un estadístico, los cuales mediante una ficha de evaluación fundamentaron sus criterios de juicio donde consensuaron en una escala de 1 a 5 puntos. (Anexo N° 1).

Instrumento N° 01: El consumo de la televisión sin función social

El instrumento fue estructurado en dos partes: la primera contenía las características generales de las mujeres en el hogar, como la edad, ocupación, grado de instrucción, estado civil y número de hijos.

Una segunda parte, por el consumo de la televisión que contiene ítems con 4 categorías de respuesta, donde 1. Nunca, 2. A veces, 3. Frecuentemente y 4. Siempre; de los cuales se obtuvo una ponderación final en tres categorías: 1. Nivel poco consumo de televisión (de 4 a 8 puntos), 2. Nivel regular consumo de televisión (de 9 a 12 puntos) y 3. Nivel alto consumo de televisión (13 a 16 puntos). Además, caracterizó el tiempo de ver televisión, programas que más les gusta, canales de mayor frecuencia, programas en televisión por

cable, preferencia de los hijos a los programas televisivos, preferencia de programas en la pareja de la mujer, tiempo que permite ver televisión a los hijos y de qué sirve ver televisión.

Instrumento N°02: Rol de la mujer en el hogar

Contenida en 11 ítems, con 4 categorías de respuesta; donde 1. Nunca, 2, A veces, 3. Frecuentemente y 4. Siempre, de los cuales se obtuvo una ponderación final en tres categorías: 1. Rol de la mujer en inicio (de 11 a 22 puntos), 2. Rol de la mujer en proceso (de 23 a 33 puntos) y 3. Rol de la mujer destacable (34 a 44 puntos). Además, caracterizó el tiempo de horas de trabajo de la mujer, las tareas más frecuentes en el hogar, el tiempo que le dedica a la crianza de sus hijos y porque dedica ese tiempo.

Prueba piloto

Una vez validado el instrumento, se procedió a realizar la prueba piloto, aplicándose a una muestra de 20 sujetos de la Asociación de vivienda Alas Peruanas del distrito Alto de la Alianza, teniendo en cuenta que la población tenía características similares a la población objeto de estudio. Posteriormente se realizó los ajustes

correspondientes en algunos ítems del cuestionario con fines de tener mayor claridad y entendimiento sencillo para los sujetos informantes.

El propósito de la aplicación de la prueba piloto fue conocer la comprensión, practicidad y tiempo en la aplicación del instrumento, así como proporcionar las bases necesarias para la prueba de confiabilidad.

Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad del instrumento se realizó a través del Cálculo del Coeficiente de Confiabilidad Alfa de Cronbach aplicado a la muestra piloto de 20 sujetos, en el cual se obtuvo un coeficiente de 0.855 para la variable Rol de la mujer, los cuales indican alto nivel de confiabilidad y de consistencia interna (Anexo N° 2).

3.4. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

- Para la ejecución del presente estudio se realizó el trámite administrativo mediante una solicitud dirigida al Directora de la Unidad de Segunda Especialidad de Enfermería de la UNJBG a fin de obtener la autorización respectiva.

- Se realizó las coordinaciones con el presidente de la Asociación Mirador Bellavista, Sr. José Luis Sosa Apaza.
- Se procedió a ubicar los domicilios y solicitar la firma en la hoja de consentimiento informado por cada mujer perteneciente a la asociación.
- La información que se obtuvo para la investigación fue mediante la aplicación de dos cuestionarios aplicado a las mujeres que viven en la Asociación Mirador Bellavista, teniendo en cuenta el principio de confidencialidad (ver anexo N°06).
- La aplicación del cuestionario tomo aproximadamente 15 minutos en cada vivienda, los cuestionarios fueron aplicados durante 2 meses (mayo- junio), durante las mañanas según horario de las mujeres.

3.5. PROCESAMIENTO DE DATOS

Los datos obtenidos a través del instrumento inicialmente fueron codificados y luego se vaciaron a una base de datos en programa de Microsoft Windows Excel 2013: posteriormente se elaboró la sintaxis en el software estadístico informático Statistical Package for the Social

Sciences (SPSS) v.23, realizándose el control de calidad y las aplicaciones estadísticas correspondientes.

En el análisis unidimensional se utilizó estadística descriptiva (frecuencia absoluta, frecuencia relativa simple y acumulada). En el análisis bidimensional, para demostrar la relación de las variables, se utilizó el estadístico Chi cuadrado de independencia de criterios. Se consideró un nivel de confianza de 95% y un valor $p < 0,05$ para probar la Hipótesis de investigación.

Para la presentación de información se elaboró cuadros de contingencia en base a los objetivos planteados con sus respectivos gráficos.

3.6. ASPECTOS ÉTICOS

Para la investigación se tuvo en cuenta los principios bioéticos:

- **Beneficencia:** Se obtuvo mediante la aplicación correcta de los instrumentos. Así mismo, el propósito de realizar la investigación es buscar soluciones a la problemática para mejora del grupo de estudio y de la sociedad.

- **No maleficencia:** Se garantiza la confidencialidad de la información obtenida por el grupo de estudio.
- **Autonomía:** Este principio se ve plasmado en la firma del consentimiento informado por el grupo estudiado.
- **Justicia:** La investigación se realizó sin distinción biológica de edad, etnia, condición social de las personas estudiadas.

CAPÍTULO IV

DE LOS RESULTADOS

4.1. RESULTADOS

Luego de aplicar los instrumentos de recolección de datos, se obtuvieron los siguientes resultados, los cuales son presentados en distribución de frecuencias y tablas de contingencia, respondiendo así los objetivos e hipótesis planteados.

TABLA N° 01

**CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DE LA MUJER EN
LA ASOCIACIÓN MIRADOR DE BELLA VISTA -
ALTO DE LA ALIANZA
TACNA, 2017**

		Nº	%
Edad	<= 19	2	1,9
	20 – 29	45	43,3
	30 – 39	42	40,4
	40 – 49	15	14,4
	Total	104	100,0
Ocupación	Trabajo Independiente	40	38,5
	Trabajo dependiente	15	14,4
	Ama de casa	49	47,1
	Total	104	100,0
	Grado instrucción	Analfabeto	2
Primaria		22	21,2
Secundaria		70	67,3
Superior		10	9,6
Total		104	100,0
Estado civil	Casada	19	18,3
	Conviviente	66	63,5
	Separada	6	5,8
	Soltera	13	12,5
	Total	104	100,0
Número de hijos	1 a 2	76	73,1
	3 a 4	22	21,2
	5 a 6	6	5,8
	Total	104	100,0

Fuente: Encuesta realizada a las madres de la Asociación Mirador Bella Vista, Alto. De la Alianza .2017
Elaborado por: Lic. Esquivel L.

DESCRIPCIÓN:

En la **Tabla N° 01** se observa que en las mujeres de la Asociación Bella Vista del distrito Alto de la Alianza predomina el grupo de edad entre 20 a 29 años con 43,3% y de 30 a 39 años con 40,4%, mientras que el grupo entre 40 a 49 años representa el 14,4% y sólo el 1,9% tuvieron de 19 a menos años.

La ocupación ama de casa predomina con 47,1% en las mujeres de la Asociación Bella Vista, seguido de aquellas que tienen trabajo independiente con 38,5% y muy pocas tuvieron trabajo dependiente (14,4%).

El nivel secundario con 67,3% es el nivel de instrucción predominante en las mujeres de la Asociación Bella Vista, seguido del nivel primario con 21,2% y muy pocos alcanzaron el nivel superior (9,6%).

El estado civil conviviente con 63,5% predominó en las mujeres de la Asociación Bella Vista, luego las casadas con 18,3%, solteras con 12,5% y último las separadas con 5,8%.

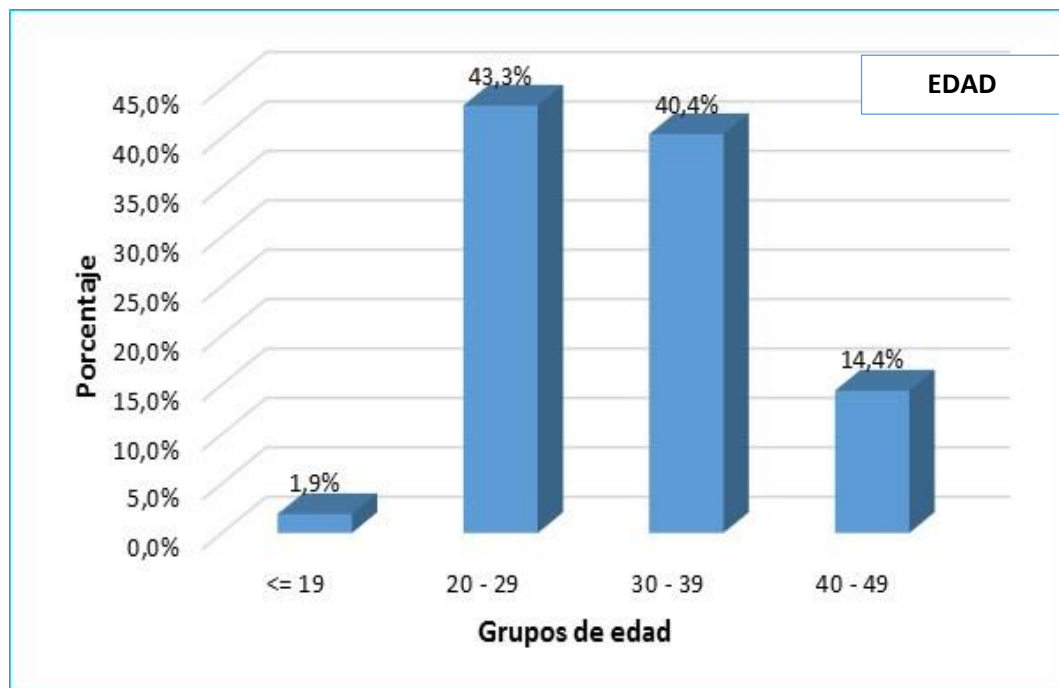
La mujer de la Asociación Bellavista tiene entre uno a dos hijos preferentemente (73,1%), seguido de aquellas que tienen entre 3 a 4 hijos con 21,2% y entre 5 a 6 hijos (5,8%).

GRÁFICO N° 01

EDAD DE LAS MUJERES DE LA ASOCIACIÓN MIRADOR

BELLA VISTA - ALTO DE LA ALIANZA

TACNA, 2017



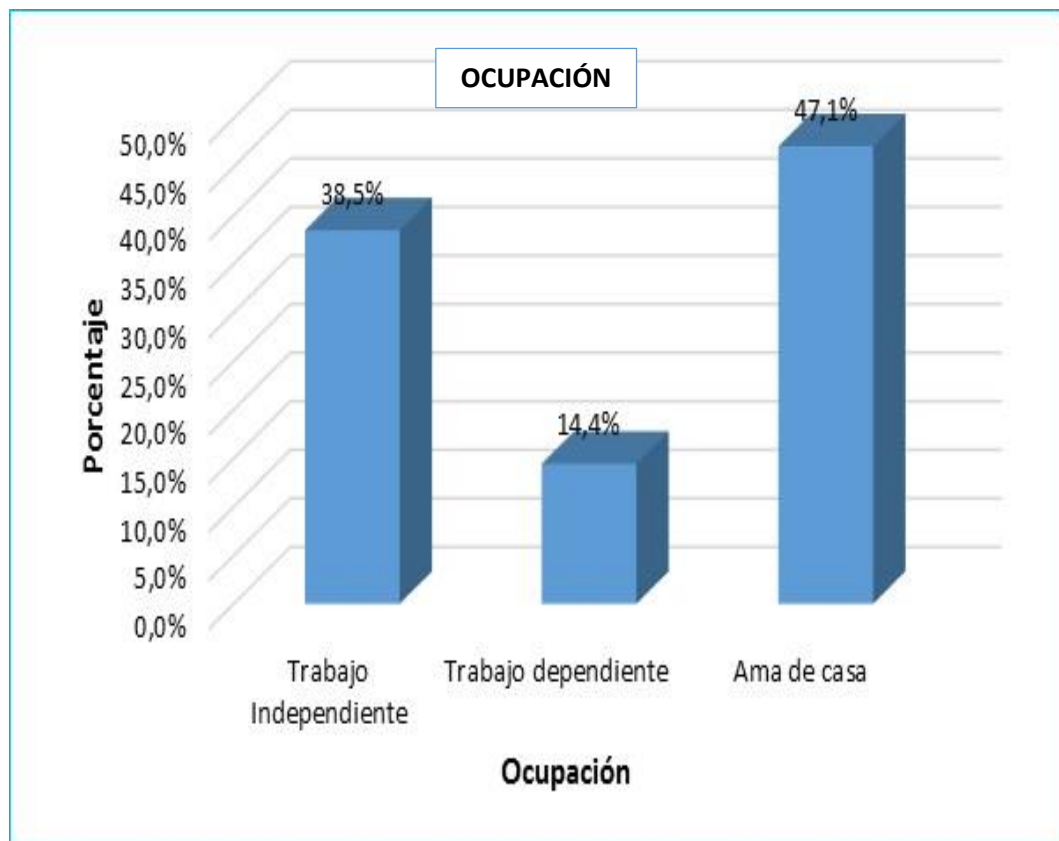
Fuente: Tabla N° 01

GRÁFICO N° 02

OCUPACIÓN DE LAS MUJERES DE LA ASOCIACIÓN MIRADOR

BELLA VISTA - ALTO DE LA ALIANZA

TACNA, 2017



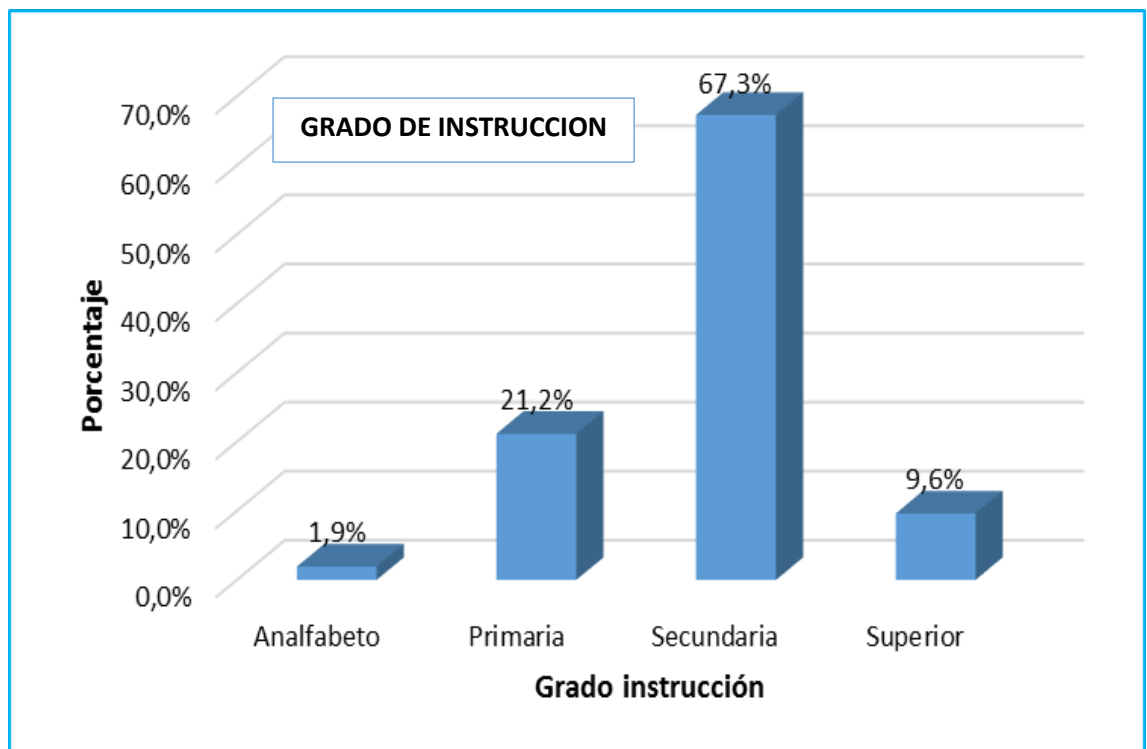
Fuente: Tabla N° 01

GRÁFICO N° 3

NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE MUJERES DE LA ASOCIACIÓN

MIRADOR BELLA VISTA - ALTO DE LA ALIANZA

TACNA, 2017

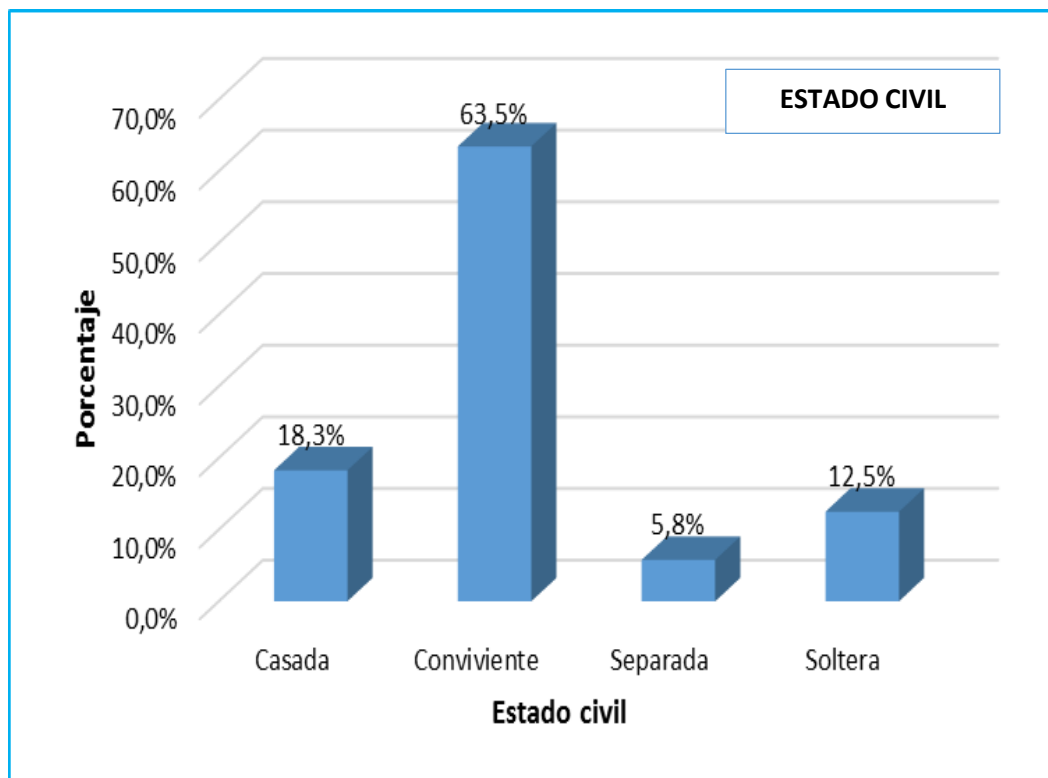


Fuente: Tabla N°01

GRÁFICO N° 4

ESTADO CIVIL DE LAS MUJERES DE LA ASOCIACIÓN MIRADOR BELLA VISTA - ALTO DE LA ALIANZA

TACNA, 2017



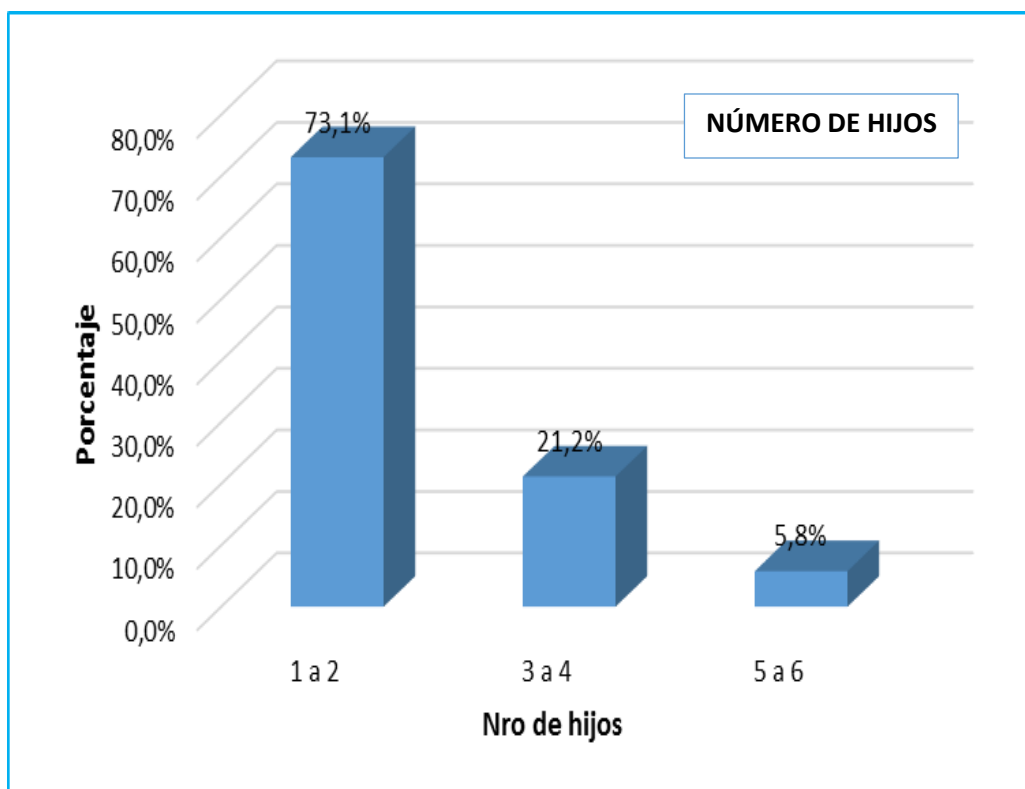
Fuente: Tabla N°01

GRÁFICO N° 5

NÚMERO DE HIJOS DE LAS MUJERES DE LA ASOCIACIÓN

MIRADOR BELLA VISTA - ALTO DE LA ALIANZA

TACNA, 2017



Fuente: Tabla N°01

TABLA N° 02

NIVEL DE CONSUMO DE LA TELEVISIÓN SIN FUNCIÓN SOCIAL DE LA MUJER EN EL HOGAR DE LA ASOCIACIÓN MIRADOR DE BELLA VISTA - ALTO DE LA ALIANZA TACNA, 2017

Nivel de consumo de televisión	Frecuencia	Porcentaje
Poco	19	18,3
Regular	74	71,2
Alto	11	10,6
Total	104	100,0

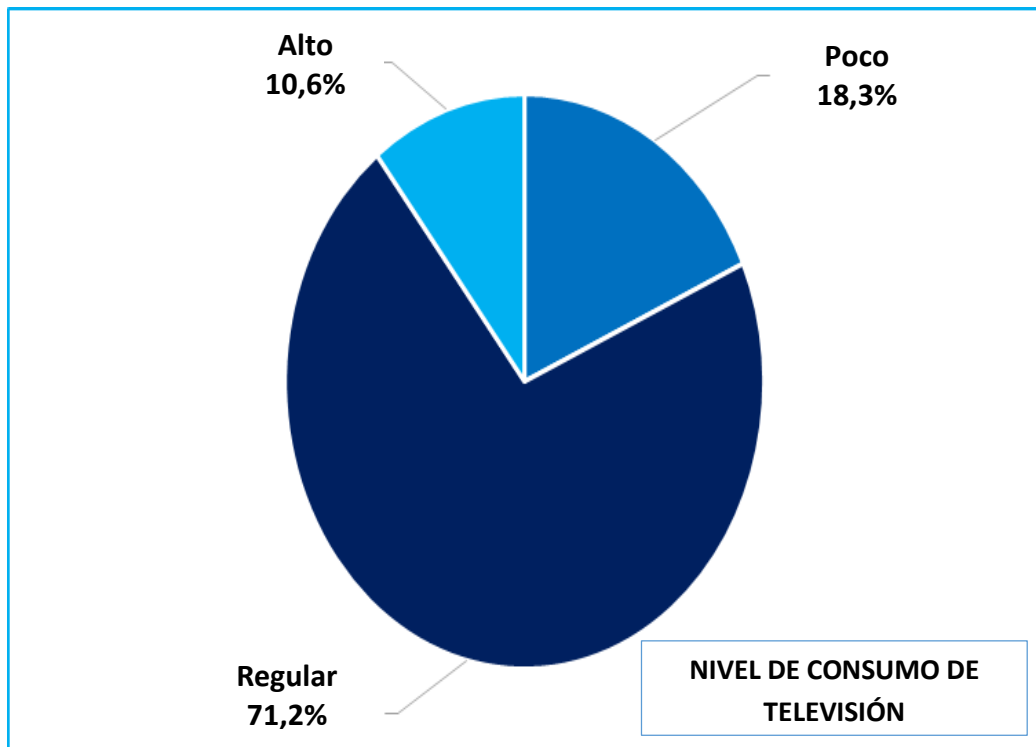
Fuente: Encuesta realizada a las madres de la Asociación Mirador Bella Vista, Alto. De la Alianza .2017
Elaborado por: Lic. Esquivel L.

DESCRIPCIÓN:

En la **Tabla N° 02** se observa que la mayoría de las mujeres de la Asociación Mirador Bella Vista del distrito Alto de la Alianza tiene un nivel Regular de consumo de televisión (71,2%), mientras que el Poco consumo fue representado por el 18,3% y el Alto consumo por el 10,6%.

GRÁFICO N° 06

**NIVEL DE CONSUMO DE TELEVISIÓN EN MUJERES DE LA
ASOCIACIÓN MIRADOR BELLA VISTA –
ALTO DE LA ALIANZA
TACNA, 2017**



Fuente: Tabla N° 02

TABLA N° 03

**CONSUMO DE LA TELEVISIÓN SIN FUNCIÓN SOCIAL DE LAS
MUJERES EN EL HOGAR DE LA ASOCIACIÓN MIRADOR
BELLA VISTA - ALTO DE LA ALIANZA TACNA, 2017**

	Nº	%
Que tiempo se dedica a ver televisión		
1 hora	6	5,8
2 horas	74	71,2
3 horas	21	20,2
4 a mas	3	2,9
Total	104	100,0
Cuáles son los programas que más le gusta ver en la televisión		
Realities	31	29,8
Novelas	46	44,2
Películas	14	13,5
Farándula	7	6,7
Culturales	1	1,0
Noticieros	5	4,8
Total	104	100,0
Que canales ve con mayor frecuencia		
Frecuencia La Tina	28	26,9
América	22	21,2
ATV	41	39,4
Panamericana	3	2,9
Canal 7	6	5,8
Cable	4	3,8
Total	104	100,0
En cable que programas le gusta más		
No tiene	25	24,0
Películas	27	26,0
Novelas	18	17,3
Documentales	27	26,0
Musicales	7	6,7
Total	104	100,0

Fuente: Encuesta realizada a las madres en la Asociación Mirador Bella Vista. Alto de la Alianza 2017
Elaborado por: Lic. Esquivel L.

DESCRIPCIÓN:

En la **Tabla Nº 03** se observa que la mayoría de mujeres de la Asociación Bella Vista del distrito Alto de la Alianza ven televisión por 2 horas (71,2%) y 3 horas (20,2%), mientras que por más de 4 horas sólo ven el 2,9%.

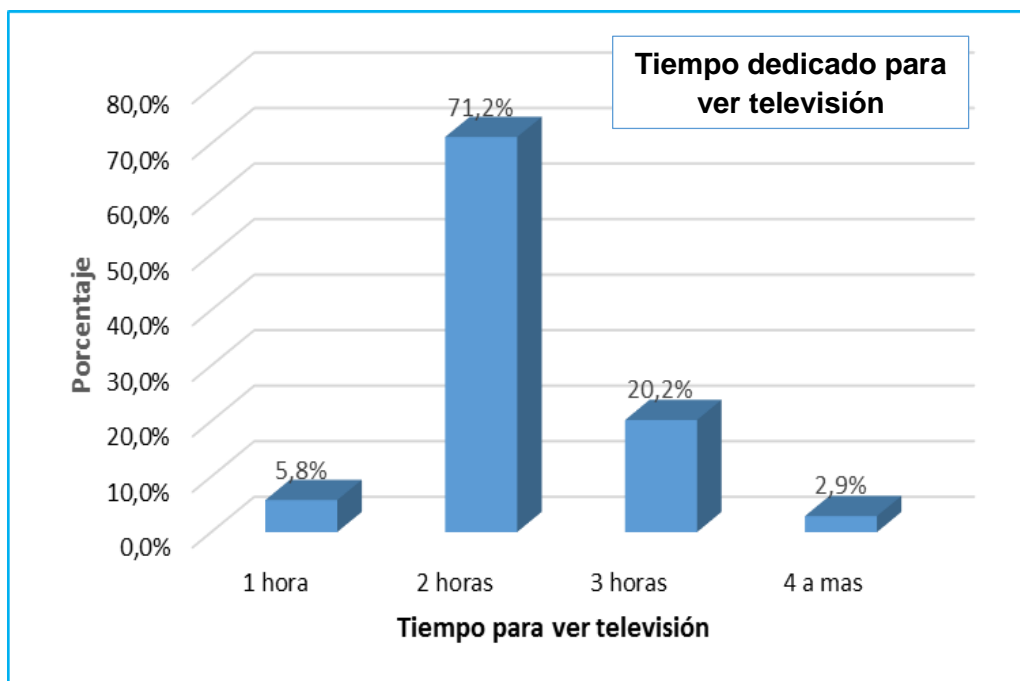
El programa de televisión que ven con mayor frecuencia, son las novelas con 44,2%, seguido de las que prefieren ver Realities con 29,8% y películas con 13,5%; luego con menos frecuencia ven farándulas, programas culturales y noticieros.

El canal de televisión que con mayor frecuencia ven las mujeres de la Asociación Mirador Bella Vista, es ATV con 39,4%, seguido de Latina con 26,9% y América con 21,2%; lo que menos prefieren ver es el canal Panamericana, Canal 7 y televisión por cable.

Las mujeres de la Asociación Mirador Bellavista prefieren ver por cable películas y documentales con 26% cada uno, luego novelas (17,3%) y programas musicales (6,7%), por otro lado, el 24% refiere que no tiene televisión por cable.

GRÁFICO N° 7

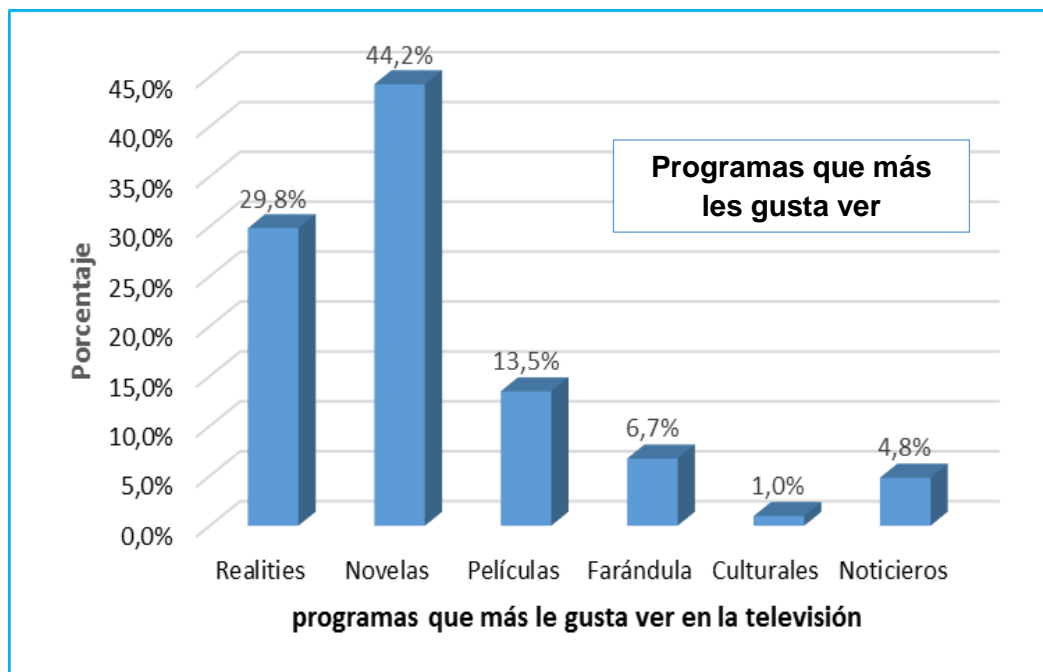
TIEMPO DEDICADO A VER TELEVISIÓN SIN FUNCIÓN SOCIAL DE LAS MUJERES DE LA ASOCIACIÓN MIRADOR BELLA VISTA – ALTO DE LA ALIANZA TACNA, 2017



Fuente: Tabla N° 03

GRÁFICO N° 8

PROGRAMAS QUE MÁS LE GUSTA VER A LAS MUJERES DE LA ASOCIACIÓN MIRADOR BELLA VISTA – ALTO DE LA ALIANZA TACNA, 2017



Fuente: Tabla N° 03

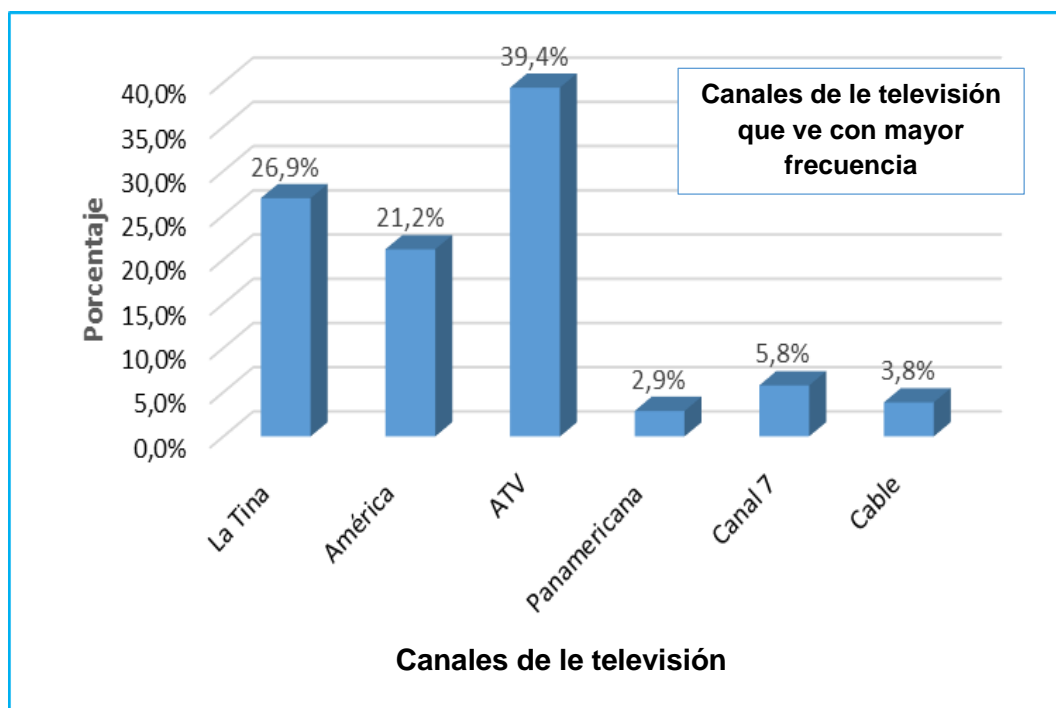
GRÁFICO Nº 09

CANALES DE TELEVISIÓN QUE VEN CON MAYOR FRECUENCIA

LAS MUJERES DE LA ASOCIACIÓN MIRADOR

BELLA VISTA – ALTO DE LA ALIANZA

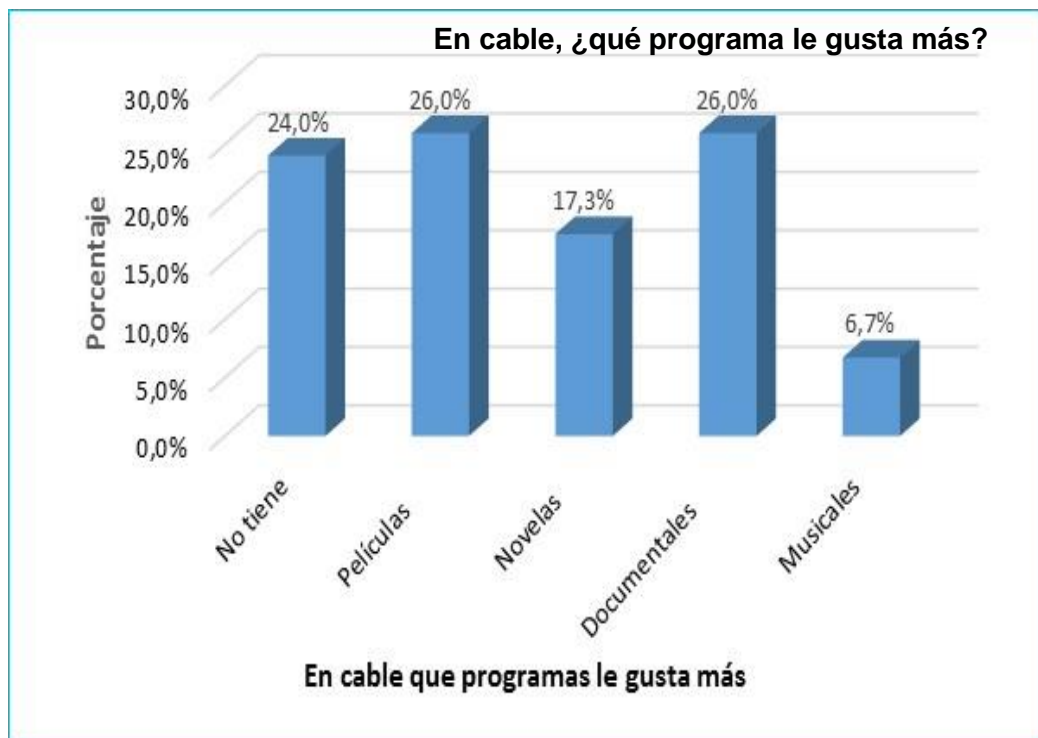
TACNA, 2017



Fuente: Tabla 03

GRÁFICO N° 10

PROGRAMAS EN CABLE QUE VEN LAS MUJERES DE LA ASOCIACIÓN MIRADOR BELLA VISTA – ALTO DE LA ALIANZA TACNA, 2017



Fuente: Tabla N°03

TABLA N° 04

**CONSUMO DE TELEVISIÓN SIN FUNCIÓN SOCIAL POR MIEMBROS
DE FAMILIA DE LAS MUJERES EN LA ASOCIACIÓN MIRADOR
BELLA VISTA – ALTO DE LA ALIANZA TACNA, 2017**

	Nº	%
Sus hijos que programas prefieren		
Realities	19	18,3
Novelas	5	4,8
Películas	12	11,5
Caricaturas	68	65,4
Total	104	100,0
Su pareja que programa prefiere ver en televisión		
Películas	22	21,2
Noticiero	33	31,7
Deportes	36	34,6
Novelas	6	5,8
Realities	7	6,7
Total	104	100,0
Cuanto tiempo le permite ver televisión a sus hijos		
30 Minutos	10	9,6
1 Hora	49	47,1
2 Horas	36	34,6
3 Horas	8	7,7
4 A Mas	1	1,0
Total	104	100,0
En que le sirve ver televisión		
Feliz	23	22,1
Aprender	27	26,0
Educarse	8	7,7
Se olvida de problemas	46	44,2
Total	104	100,0

Fuente: Encuesta realizada a madres en la Asociación Mirador Bella Vista- Alto de la Alianza 2017
Elaborado por: Lic. Esquivel L.

DESCRIPCIÓN:

En la **Tabla N° 04** se observa que la mayoría de los hijos de las mujeres de la Asociación Bella Vista del distrito Alto de la Alianza prefieren ver programas de caricatura con 65,4% luego Realities con 18,3%.

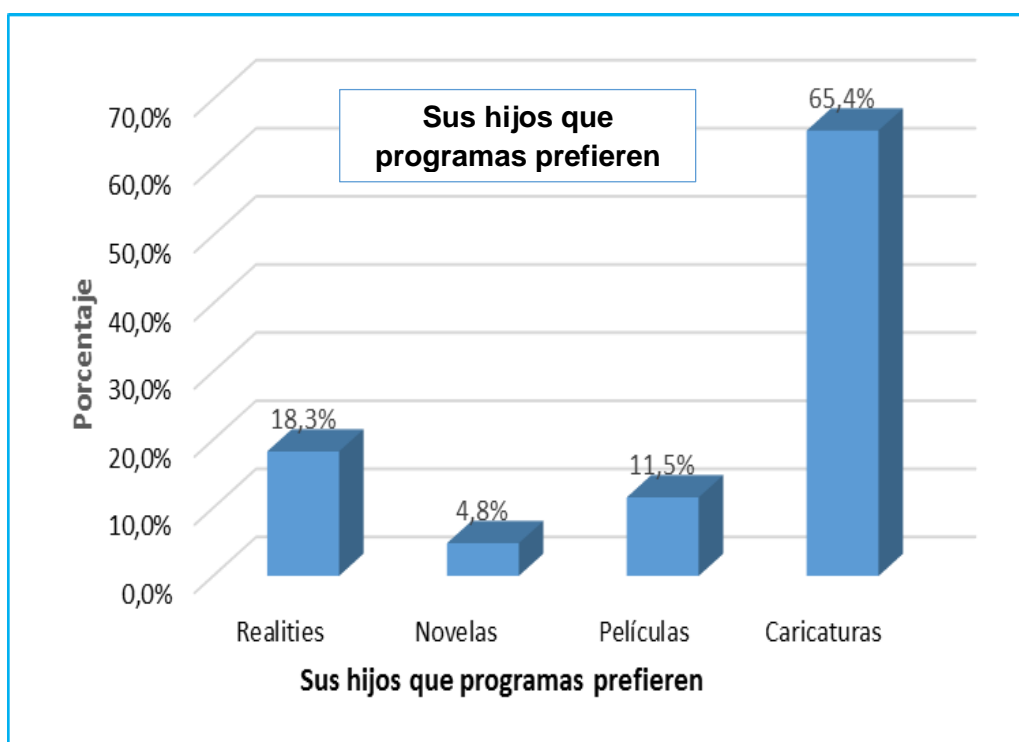
La pareja de la mujer de la Asociación Mirador Bella Vista prefiere ver programas de deporte con 34,6% y noticieros con 31,7%.

Las mujeres de la Asociación Mirador Bella Vista preferentemente permiten ver televisión a sus hijos durante una hora (47,1%) y dos horas (34,6%), aunque menos frecuente les permiten durante 30 minutos, tres o más a cuatro horas.

Las mujeres de la Asociación Mirador Bella Vista manifiestan con mayor frecuencia que la televisión les sirve para olvidar problemas (44,2%), a otro grupo les sirve para aprender (26%).

GRÁFICO N° 11

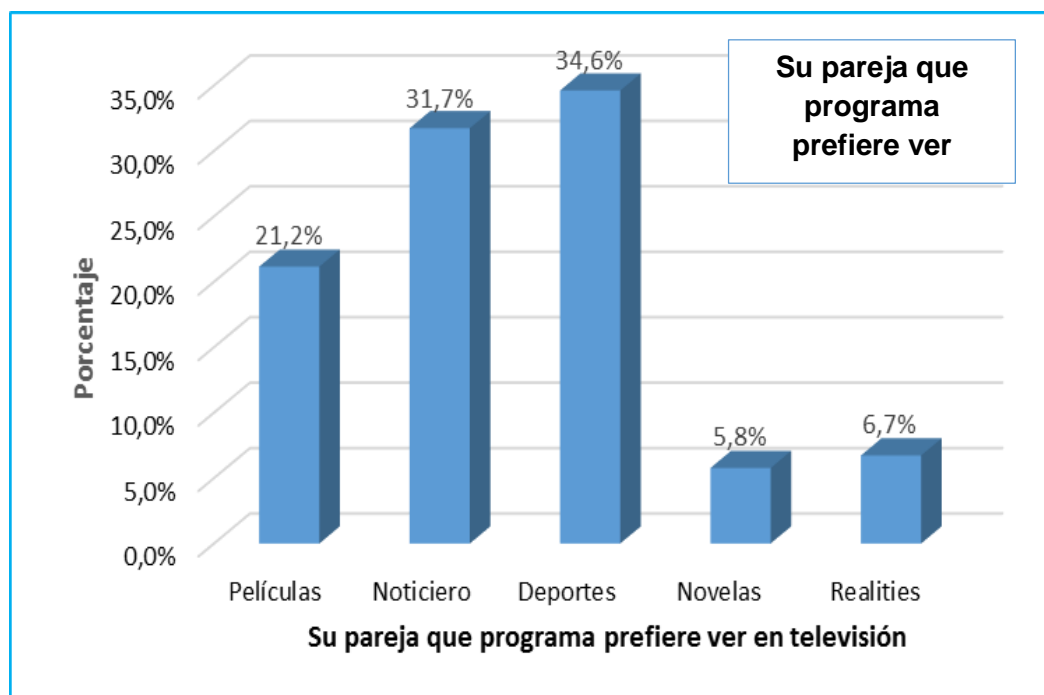
CONSUMO DE TELEVISIÓN SIN FUNCIÓN SOCIAL POR HIJOS DE MUJERES DE LA ASOCIACIÓN MIRADOR BELLA VISTA – ALTO DE LA ALIANZA TACNA, 2017



Fuente: Tabla N° 04

GRÁFICO N° 12

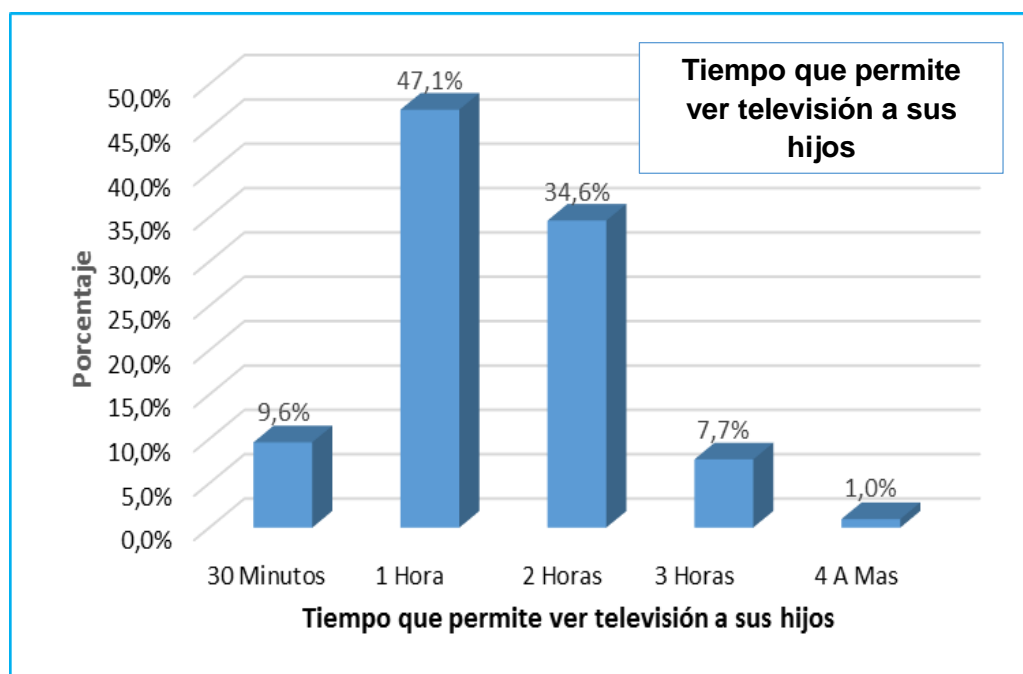
PROGRAMAS QUE VE LA PAREJA DE LAS MUJERES DE LA ASOCIACIÓN MIRADOR BELLA VISTA – ALTO DE LA ALIANZA TACNA, 2017



Fuente: Tabla N° 04

GRÁFICO N° 13

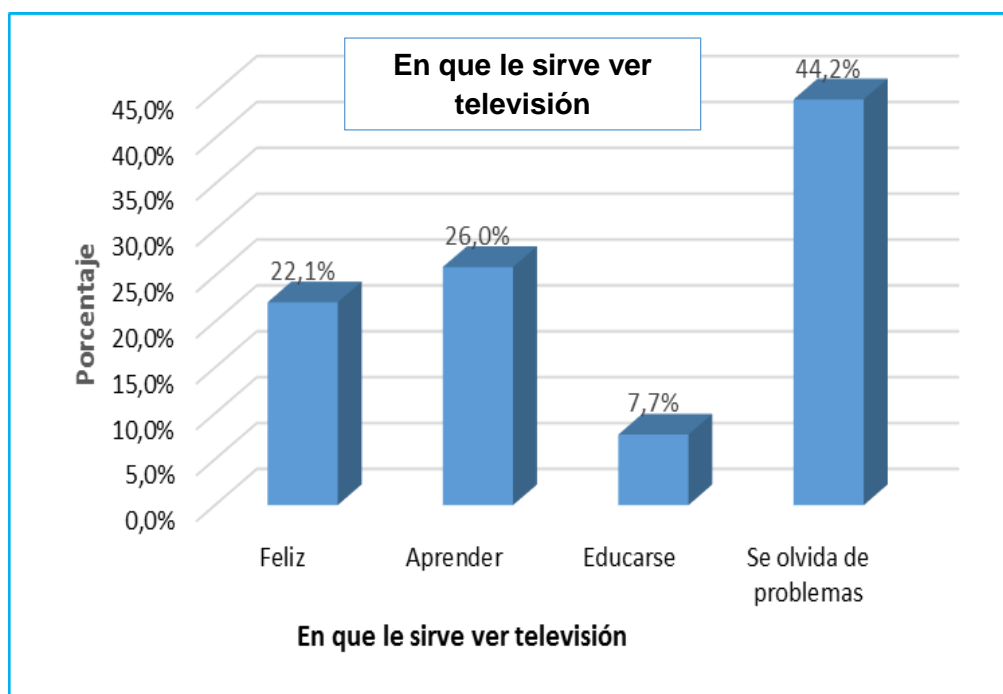
TIEMPO PERMITIDO PARA VER TELEVISIÓN A LOS HIJOS DE LAS MUJERES DE LA ASOCIACIÓN MIRADOR BELLA VISTA – ALTO DE LA ALIANZA TACNA, 2017



Fuente: Tabla N° 04

GRÁFICO N° 14

UTILIDAD DE VER TELEVISIÓN EN LAS MUJERES DE LA ASOCIACIÓN MIRADOR BELLA VISTA – ALTO DE LA ALIANZA TACNA, 2017



Fuente: Tabla N° 04

TABLA N° 05

**NIVELES DEL ROL DE LA MUJER EN EL HOGAR DE LA
ASOCIACIÓN MIRADOR BELLA VISTA - ALTO DE
LA ALIANZA TACNA, 2017**

Nivel del rol de la mujer	Frecuencia	Porcentaje
En inicio	14	13,5
En proceso	73	70,2
Destacable	17	16,3
Total	104	100,0

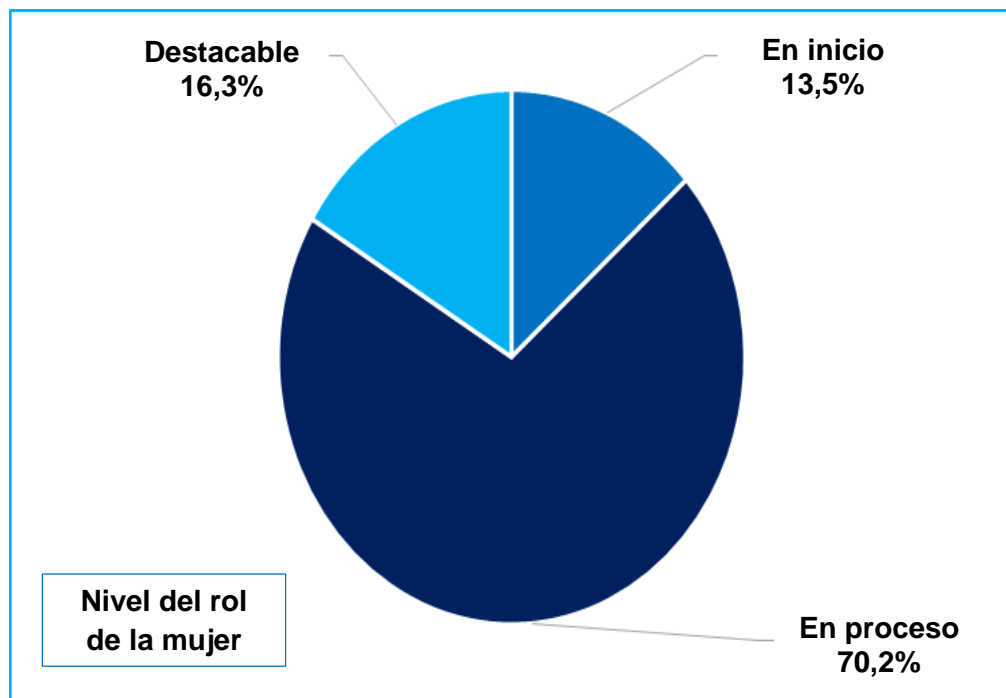
Fuente: Encuesta realizada a las madres de la Asociación Mirador Bella Vista Alto de la Alianza 2017
Elaborado por: Lic. Esquivel L.

DESCRIPCIÓN:

En la **Tabla N° 05** se observa que la mayoría de las mujeres de la Asociación Mirador Bella Vista del distrito Alto de la Alianza tiene un rol de la mujer en el hogar en proceso (70,2%), mientras que el rol destacable fue representado por el 16,3%.

GRÁFICO N° 15

NIVELES DEL ROL DE LA MUJER EN EL HOGAR DE LA ASOCIACIÓN MIRADOR BELLA VISTA – ALTO DE LA ALIANZA TACNA, 2017



Fuente: Tabla N° 05

TABLA N° 06

ROLES DE LAS MUJERES EN EL HOGAR DE LA ASOCIACIÓN

MIRADOR BELLA VISTA – ALTO DE LA ALIANZA

TACNA, 2017

	Nº	%
¿Cuántas horas trabaja?		
No trabaja	27	26,0
2-4 horas diarias	8	7,7
5-7 horas diarias	15	14,4
8-12 horas diarias	54	51,9
Total	104	100,0
¿Cuáles son las tareas que más realiza en la casa?		
Cocina	35	33,7
Lava ropa	1	1,0
Ve Televisión	2	1,9
Acude al mercado	3	2,9
Tareas domésticas	49	47,1
Guía con las tareas a su Hijo	14	13,5
Total	104	100,0
¿Cuánto tiempo en total diario dedica a la crianza de sus hijos?		
30 minutos	11	10,6
1 hora	37	35,6
2 horas	26	25,0
3 horas	16	15,4
4 a mas	14	13,5
Total	104	100,0
Por qué dedica ese tiempo a su hijo		
Por la Televisión	2	1,9
Trabaja	45	43,3
Tareas domesticas	57	54,8
Total	104	100,0

Fuente: Encuesta realizada a las madres en la Asociación Mirador Bella Vista Alto de la Alianza 2017
Elaborado por: Lic. Esquivel L.

DESCRIPCIÓN:

En la **Tabla Nº 06** se observa que la mayoría de las mujeres de la Asociación Bella Vista del distrito Alto de la Alianza, trabajan entre 8 a 12 horas diarias con 51,9%, no trabajan un 26%.

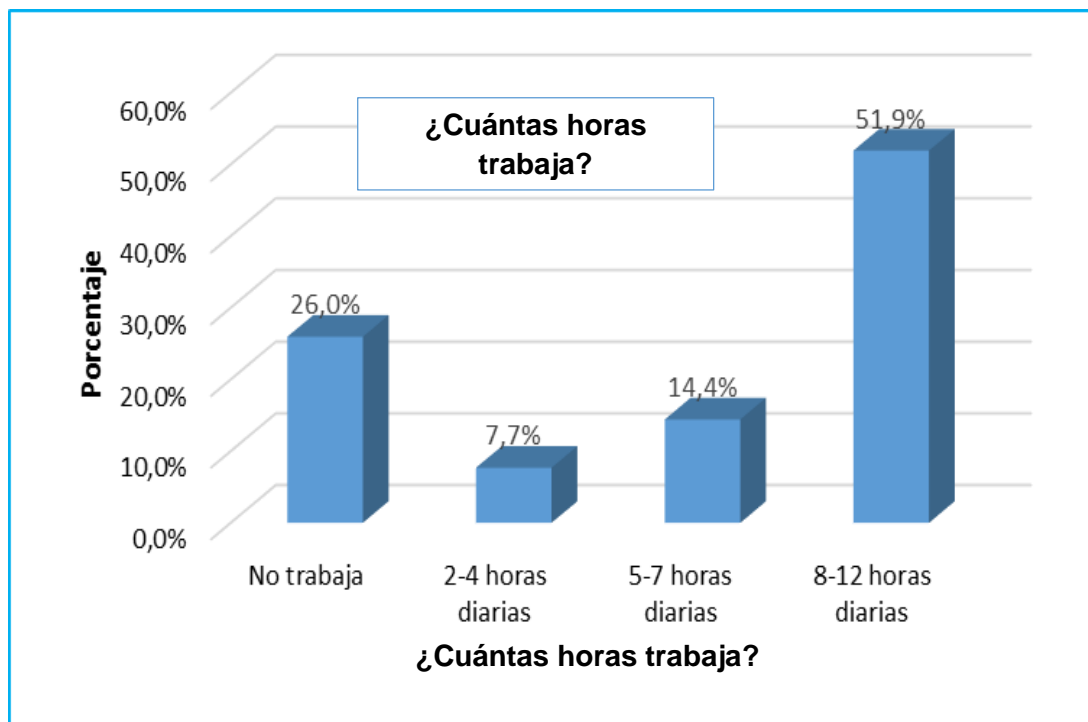
Entre las tareas que más realiza la mujer de la Asociación Mirador Bella Vista, son las domésticas con 47,1% y tareas de la cocina con 33,7%.

La mayor parte de mujeres de la Asociación Mirador Bella Vista, dedica una hora a la crianza de sus hijos (35,6%), luego dos horas (25%).

Las mujeres de la Asociación Mirador Bella Vista, manifiestan que dedican el poco tiempo a la crianza de sus hijos, porque mayormente se dedican en tareas domésticas (54,8%) y trabajan (43,3%).

GRÁFICO N° 16

HORAS DE TRABAJO DE LAS MUJERES DE LA ASOCIACIÓN MIRADOR BELLA VISTA – ALTO DE LA ALIANZA TACNA, 2017



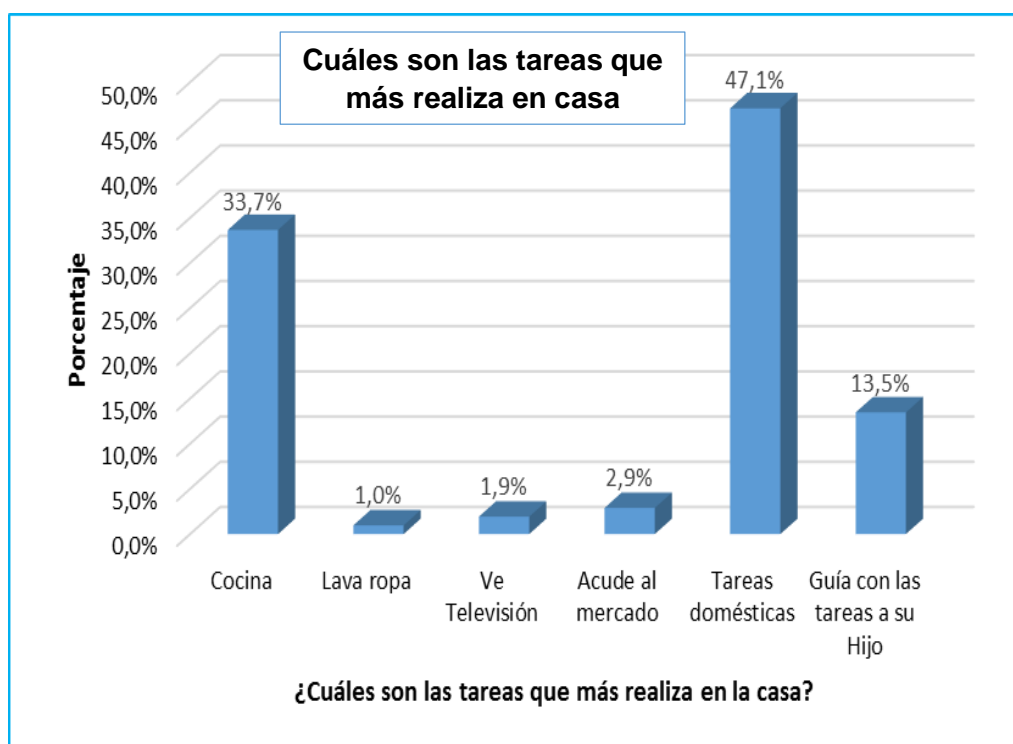
Fuente: Tabla N° 06

GRÁFICO Nº 17

TAREAS QUE MAS REALIZA LA MUJER DE LA ASOCIACIÓN

MIRADOR BELLA VISTA – ALTO DE LA ALIANZA

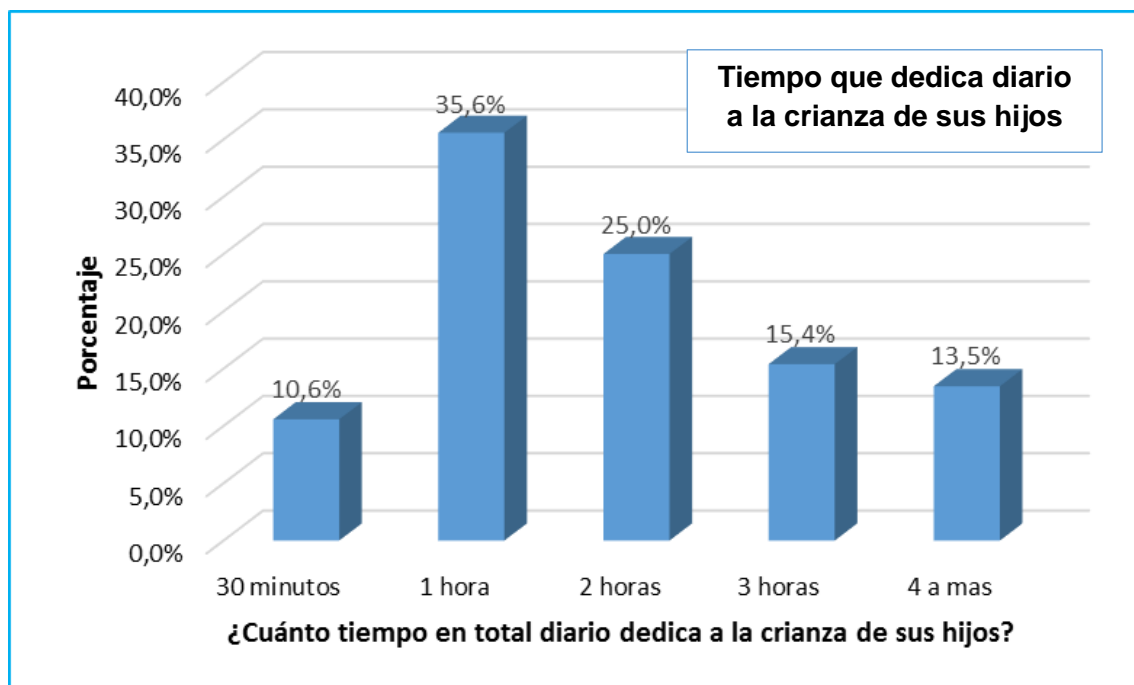
TACNA, 2017



Fuente: Tabla Nº 06

GRÁFICO N° 18

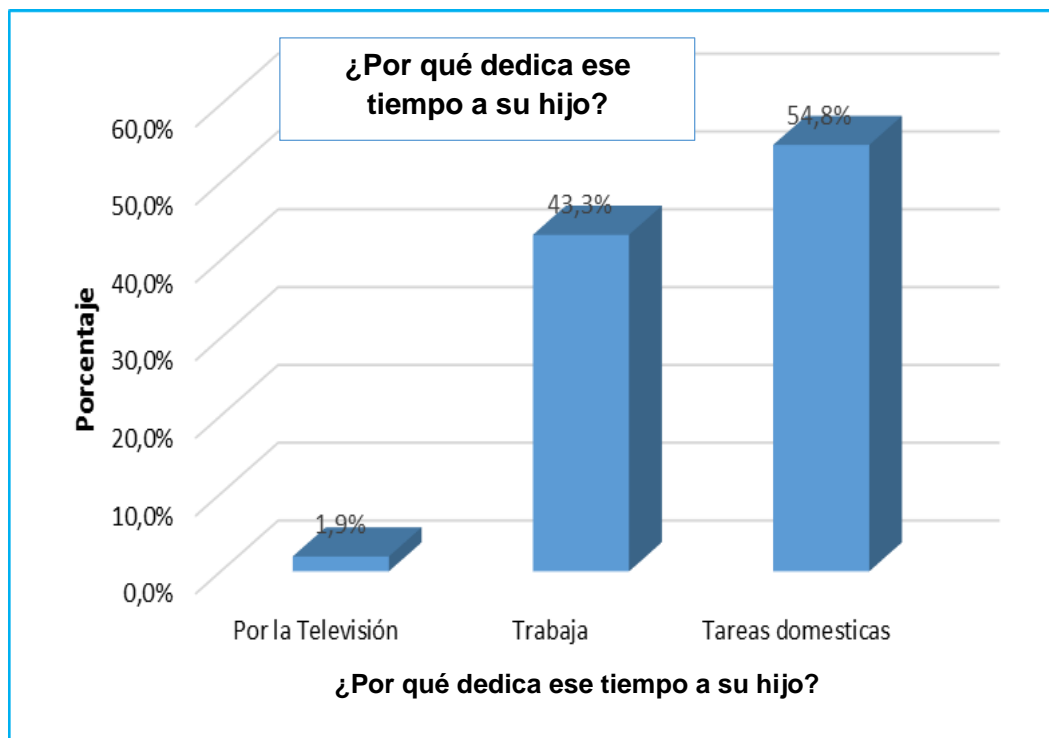
TIEMPO DIARIO EN CRIANZA DE HIJOS DE LAS MUJERES DE LA ASOCIACIÓN MIRADOR BELLA VISTA – ALTO DE LA ALIANZA TACNA, 2017



Fuente: Tabla N° 06

GRÁFICO N° 19

CAUSAS PORQUE DEDICA ESE TIEMPO EN CRIANZA DE HIJOS DE LAS MUJERES EN EL HOGAR DE LA ASOCIACIÓN MIRADOR BELLA VISTA – ALTO DE LA ALIANZA TACNA, 2017



Fuente: Tabla N°06

TABLA N° 07

**EL CONSUMO DE TELEVISIÓN SIN FUNCIÓN SOCIAL Y SU
INFLUENCIA EN EL ROL DE LA MUJER EN EL HOGAR
DE LA ASOCIACIÓN MIRADOR BELLA VISTA –
ALTO DE LA ALIANZA TACNA, 2017**

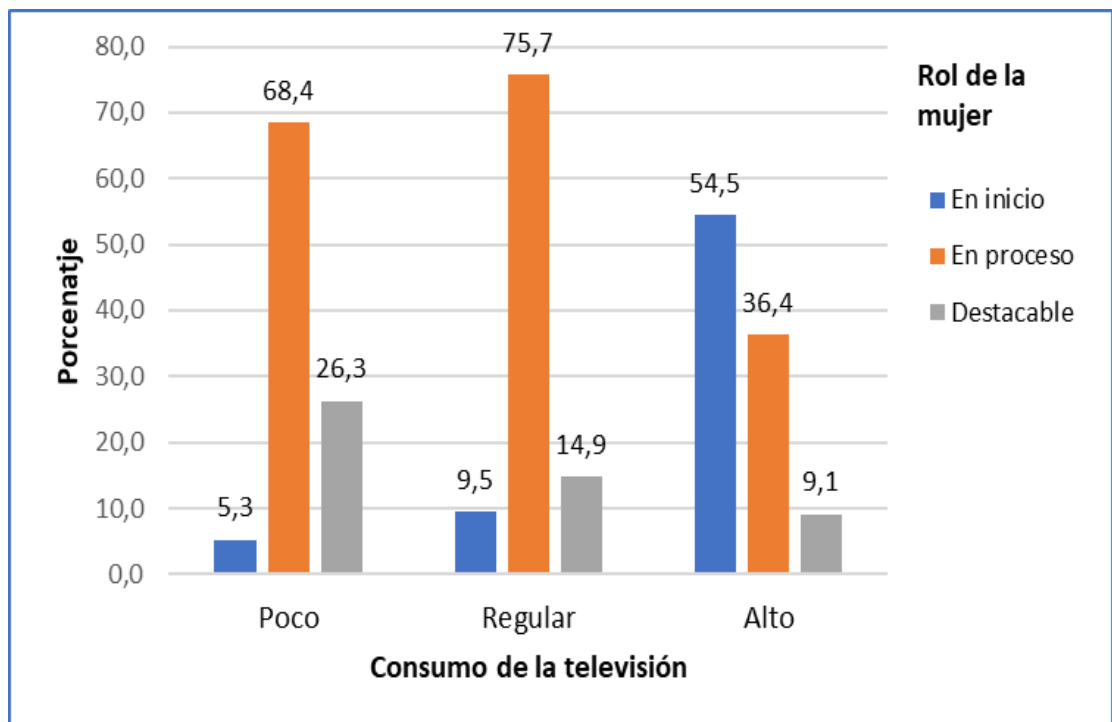
Tabla de contingencia Consumo de televisión * Rol de la mujer

		Rol de la mujer			Total	
		En inicio	En proceso	Destacable		
Consumo de televisión	Poco	Recuento	1	13	5	19
		Frecuencia esperada	2,6	13,3	3,1	19,0
	Regular	Recuento	7	56	11	74
		Frecuencia esperada	10,0	51,9	12,1	74,0
	Alto	Recuento	6	4	1	11
		Frecuencia esperada	1,5	7,7	1,8	11,0
Total	Recuento	14	73	17	104	
	Frecuencia esperada	14,0	73,0	17,0	104,0	

Fuente: Encuesta realizada a las madres en la Asociación Mirador Bella Vista Alto de la Alianza 2017
Elaborado por: Lic. Esquivel L.

GRÁFICO N° 20

EL CONSUMO DE TELEVISIÓN SIN FUNCIÓN SOCIAL Y SU INFLUENCIA EN EL ROL DE LA MUJER EN EL HOGAR DE LA ASOCIACIÓN MIRADOR BELLA VISTA – ALTO DE LA ALIANZA TACNA, 2017



Fuente: Tabla N° 07

COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

H₀: El consumo de la televisión sin función social no influye en rol de la mujer en el hogar de la Asociación Mirador Bellavista.

H₁: El consumo de la televisión sin función social influye en rol de la mujer en el hogar de la Asociación Mirador Bellavista.

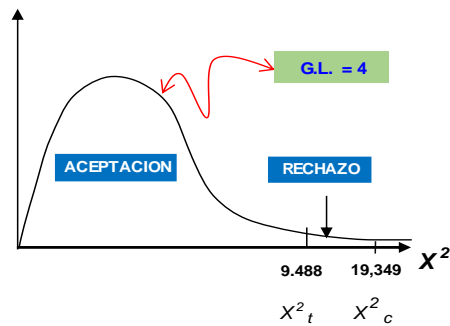
Sea $\alpha = 0.05$.

- **Prueba Estadística:** Chi cuadrado

$$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

- **Distribución de la prueba estadística:** Cuando H₀ es verdadera, X² sigue una distribución aproximadamente X² con (r-1) (c-1) = 4 grados libertad.
- **Regla de decisión:** Se rechaza H₀ si el valor de X² es mayor o igual que **9,488**.
- **Cálculo de la Prueba estadística:**
Prueba de Chi-cuadrado X²=19,349 G.L.=4 p=0,001

- **Decisión estadística:** Se Rechaza H_0 porque **9,488** es menor que **19,349** y el valor p es $< 0,05$.



Se concluye que H_0 es falsa, y que sí existe evidencia que el consumo de la televisión sin función social influye en el rol de la mujer en el hogar de la Asociación Mirador Bellavista del distrito Alto de la Alianza.

4.2. DISCUSIÓN

En la **Tabla Nº 1** se evidencia que las mujeres de la Asociación Bella Vista del distrito Alto de la Alianza, en su mayoría eran jóvenes de 20 a 29 años (43,3%) y adultos de 30 a 39 años (40,4%). La ocupación ama de casa predominó (47,1%) junto al trabajo independiente (38,5%). El grado de instrucción de nivel secundario fue predominante (67,3%) frente al nivel superior (9,6%). El estado civil conviviente (63,5%) predominó frente a las casadas (18,3%) y solteras (12,5%). Así mismo, la mayoría tuvieron entre uno a dos hijos (73,1%) y pocos tenían de 3 a 4 hijos (21,2%).

En relación a lo anterior, el trabajo es inédito y original, ya que no existen estudios similares que caractericen los aspectos demográficos de la población, pero sí, hay investigaciones que ejecutaron en poblaciones específicas como el de O'Brien-Arboccó (2) que realizó su estudio en niños y adolescentes; Centeno (3) estudió en adolescentes escolares de una I. E. de Lima y el caso de Sandoval que desarrolló su estudio en jóvenes de Bogotá Colombia.

En la **Tabla Nº 2** se obtuvo que la mayoría de mujeres de la Asociación Mirador Bella Vista del distrito Alto de la Alianza tiene un

nivel regular de consumo de televisión (71,2%) y alto consumo (10,6%).

Este resultado es concordante con lo reportado por O'Brien-Arboccó (2), en su estudio "Impacto de la "Televisión basura" en la mente y la conducta de niños y adolescentes, quienes refieren que la mujer sigue siendo un objeto de consumo de la televisión y que la gran masa se satisface con programas escandalosos sin contenido político o educativo ni problemática social o humana.

El regular y alto nivel de consumo de televisión sin función social en las mujeres estudiadas estaría explicado porque la gran mayoría manifestaron que les gusta ver televisión, encuentran divertido los Realities como "Combate" y "Esto es guerra"; sobre todo, tienen una idea equivocada de estos contenidos televisivos, ya que los consideran importantes para ella y su familia, dejando de lado temas realmente significativos que contribuyan desarrollo social como la cultura, educación, economía, programas que aporten soluciones, ideas de mejora y que al mismo tiempo permitan el empoderamiento de la mujer.

Entonces se puede ver el impacto negativo que genera el mal empleo de la televisión en la mujer de la Asociación Mirador Bella Vista y su uso, sobre todo actualmente por el incremento de la televisión basura, pueden constituirse en uno de los factores que propician una serie de deficiencias en la mente y la conducta no solo de ellas, sino también de sus hijos (niños y adolescentes).

La **Tabla Nº 3** en relación con el consumo de la televisión sin función social, se obtuvo que la mayoría de las mujeres en el hogar de la Asociación Bella Vista ven televisión por 2 horas (71,2%) y 3 horas (20,2%), preferentemente programas de telenovelas (44,2%), Realities (29,8%), en canal de televisión ATV (39,4%), Frecuencia Latina (26,9%) y América (21,2%); así mismo por cable, prefirieron ver películas y documentales (52%).

Respecto al tiempo de consumo de televisión, nuestro resultado contrasta con un trabajo realizado por el Consejo Consultivo de Radio y Televisión del Perú (5), donde encontraron que las cifras indican que los peruanos ven en promedio 3 horas diarias de televisión y que la mitad de ellos está de acuerdo con los contenidos de la televisión peruana. Asimismo, concluyeron que los equipos con mayor

presencia en los hogares peruanos son el televisor (99%) y la cocina (99%).

El estudio de Centeno (3) sobre Tv basura: El caso de los programas juveniles Combate y Esto Es Guerra, se relaciona con los resultados obtenidos en nuestra investigación, ya que alrededor del 30% de las madres de Bella Vista prefirieron ver Realities. Este autor encontró que la mayoría de los niños y adolescentes (80 %) ve estos de programas todos los días y muy pocos (10%) no lo hacen y un 10% lo hace algunos días a la semana.

No se encontró más estudios en la literatura que reporten esta información, pero podemos concluir que teniendo en cuenta los resultados, que las mujeres en el hogar de Bella Vista, tienen una alta tendencia favorable al consumo de televisión sin función social, principalmente en realities y novelas lo cual son espacios de inadecuados hábitos que repercuten negativamente a su rol como mujer.

En la **Tabla N° 4** también se pudo encontrar que la televisión sin función social en los hijos de las mujeres de la Asociación Bellavista del distrito Alto de la Alianza, manifestaron preferencia por programas

de caricatura (65,4%), Realities (18,3%). Aunque debe destacarse que las parejas de las mujeres prefirieron ver programas de deporte (34,6%), noticieros (31,7%) agrupando estos al 66,3%. Así mismo, la mayoría de las mujeres permitió ver televisión a sus hijos durante una y dos horas, agrupando estos al 82%. Otro punto resaltante en este estudio es que la mayoría de mujeres, manifestaron que la televisión les sirve para olvidar problemas (44,2%), lo cual hace evidenciar que la televisión con programas sin función social tiene una influencia clara sobre los roles de la mujer.

Lo anterior coincide con lo reportado por Centeno (3) sobre Tv basura: El caso de los programas juveniles Combate y Esto Es Guerra, quién encontró que la mayoría de niños y adolescentes (80%) ve estos programas todos los días y muy pocos (10%) no lo hacen y un 10% lo hace algunos días a la semana. Y, en cuanto al tiempo encontró 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. Sobre las preferencias entre Combate y Esto es Guerra, los resultados confirman las cifras del rating 40% prefiere Esto es Guerra, 32% es asiduo de Combate y un 18% dice que prefiere ambos programas.

Por otro lado, Morón (8) en su trabajo “Pobreza en la televisión nacional”. También enfatiza que existe pobreza televisiva en nuestro País, solamente le entrega al público televidente lo que ellos en su mayoría desean recibir de manera cómoda y escasamente participativa y sobre todo sin hacer el menor esfuerzo.

Con estos resultados se puede analizar el rol de la televisión que ejerce en los miembros de familia de las madres de la Asociación Bella Vista. Se puede ver que es innegable la influencia de la televisión en sus vidas que probablemente puede producir cambios en sus costumbres, la cultura y la manera de vivir. Diversos investigadores han cuestionado esta influencia de la televisión, por considerarla negativa para la formación de valores y convertir a los telespectadores en elementos pasivos ante una caja boba. Sin embargo, otros investigadores ven en ella, además de un riesgo para la niñez y juventud, también una oportunidad para promover valores, educación y cultura.

También otro investigador como Vivas (3), es quien la cataloga como un simple medio de entretenimiento, algo inocuo, sostiene que la televisión parece haber sido inventada básicamente para entretener, tal como viene sucediendo en las madres de Bella Vista,

dado que no solo ellas consumen tiempo en televisión, sino que permiten que sus hijos también lo hagan.

Cabe destacar que en la **Tabla Nº 05**, el rol de las mujeres de la Asociación Mirador Bella Vista del distrito Alto de la Alianza, en su mayoría se encuentra en proceso (70,2%). Con este resultado, se puede decir que existe un importante problema social donde la mujer pierde los roles como tal y por consiguiente podría repercutir en muchas áreas que le compete desarrollar como mujer y ejemplo de la familia.

En este sentido cabe destacar el rol de la mujer como parte importante de la familia y este resultado difiere de Donini (33) donde señala que la familia es el primero y más importante agente de transmisión de valores éticos y sociales, hábitos, costumbres, normas, roles, relaciones y expectativas tendientes a «preservar» la herencia cultural para las generaciones venideras.

En este contexto, los resultados de este estudio ha evidenciado notoriamente que el rol de la mujer está influenciado por la televisión sin función social, ya que dentro de sus roles como mujer, en una cuarta parte existe poco interés de promover la unión entre los

miembros de la familia, más de una cuarta parte nunca o a veces ayuda con las tareas escolares de sus hijos; y lo que es peor, la gran mayoría se relajan o distraen viendo televisión a pesar de que saben que al ver televisión le quita tiempo para hacer otras cosas importantes, la mayoría se cansa y se duerme cuando ve televisión, piensan que la televisión le da buenos ejemplos, prefieren ver televisión que acudir a las sesiones educativas y conversan con su familia de los programas que le gusta ver.

Entonces se puede afirmar que la televisión cumple una función social de influencia negativa en los roles de la mujer de Bella Vista. No obstante, lo ideal es que la pantalla chica, debería cumplir una función social complementaria a la de la educación, consistente en educar, informar y recrear para coadyuvar a la construcción de ciudadanía, centrada en principios y valores rectores de las buenas costumbres orientadoras del comportamiento hacia el bien común y no particular.

La **Tabla Nº 06** en relación a las tareas o actividades que realiza las mujeres de la Asociación Mirador Bella Vista, se resalta que poco más de la mitad trabajaba entre 8 a 12 horas diarias (51,9%) y una minoría trabajaba de 5 a 7 horas (14,4%), no obstante, un 26% no

dedica su tiempo a trabajar. Las tareas domésticas (47,1%), junto a las tareas de la cocina (33,7%) fueron las más frecuentes y muy pocas dedican tiempo en las tareas de sus hijos. En cuanto a la crianza de sus hijos poco más de un tercio dedica una hora (35,6%), dos horas (25%) y tres horas (15,4%). Y, a la pregunta del porque dedican poco tiempo en la crianza de sus hijos, respondieron la mayoría por tareas domésticas (54,8%) y porque trabajan (43,3%).

En este aspecto se puede confirmar estos datos con lo que señala Cielo Latino. Mujer actual (27) que el Rol de ama de casa no es tarea fácil, está orientado a realizar labores domésticas: mantener limpia la casa, la ropa, preparar la comida, orientar en las tareas escolares, criar los hijos, un sinnúmero de labores que se debe realizar todos los días durante los 365 días del año. Sin vacaciones ni remuneración.

Cabe resaltar, que poco más de la mitad de mujeres de la Asociación Mirador Bella Vista cumple un rol de apoyo en el sustento de la familia, trabajando incluso de 8 hasta 12 horas, sin embargo, esto hace que se descuide el rol de madre en la crianza de los hijos para inculcar valores y principios y más aun descuidando el apoyo en las tareas educativas, esto porque además del trabajo que realizan tienen que cumplir con las tareas domésticas y de cocina,

probablemente generando sosegó cotidianamente y ante esta situación cometen el error de incurrir a la distracción mediante la televisión, de preferencia programas sin función social como Realities y Novelas.

Por último, en la **Tabla N° 07**, se pudo demostrar la hipótesis de investigación planteada, ya que se evidenció que el consumo de la televisión sin función social influye sobre rol de la mujer de la Asociación Mirador Bella Vista del distrito Alto de la Alianza. Esta asociación es muy significativa cuando la mujer tiene alto consumo de televisión, donde el rol de la mujer se encuentra en inicio, lo que significa que la mujer no desarrolla o está empezando a desarrollar las acciones con dificultades necesitando mayor tiempo en el cumplimiento de los roles como mujer dentro del hogar y en la responsabilidad del apoyo y cuidado a sus hijos y la familia por el tiempo de distracción que pasa viendo en la televisión.

Por el contrario, en las mujeres con rol destacable, se encontró que tienen poco consumo de televisión, lo destacable significa que desarrollan las actividades dentro del hogar sin dificultades cumpliendo los roles de madre, pasando mayor tiempo en el apoyo a sus hijos y en el cuidado de la familia.

Lo anterior coincide con lo reportado por Sandoval (34) en su estudio “Los efectos de la televisión sobre el comportamiento de las audiencias jóvenes desde la perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales”, quien señaló que la relación existente entre el consumo de televisión y el comportamiento de los niños y adolescentes ha sido un tópico de interés para las diferentes ciencias implicadas en el análisis e intervención sobre el comportamiento social colectivo.

Dado que se trata de un fenómeno social global, la relación entre el medio televisivo y el comportamiento de las audiencias trasciende el análisis e intervención de la conducta individual, de forma que se hace necesario emplear un marco más integrador e interdisciplinario para explicar y predecir los efectos. De tal forma, hay evidencia a favor de la hipótesis de efectos nocivos de la televisión.

En síntesis, podríamos afirmar que el impacto de los programas sin función social no es nuevo para la televisión, solo se ha agudizado el problema con nuevas ofertas en su programación, y que se aprovecha comercialmente de la existencia de un segmento importante de la población, en este caso de las madres de Bella Vista que consumen programas de baja calidad.

Aparentemente se observa que la televisión es un medio de socialización que transmite más influencia negativa que positivo. Si nos referimos a los roles de la mujer de Bella Vista, se observó que son vulnerables tendientes a un alto consumo de televisión, podemos determinar además que no usan los medios televisivos para extraer opiniones favorables acerca de la vida y tampoco para buscar modelos con los que puedan identificarse, sino sólo lo hacen por únicamente distracción.

CONCLUSIONES

- Las mujeres de la Asociación Mirador Bella Vista predominaron con una edad entre 20 a 39 años (83,7%), son amas de casa (47,1%) con nivel de instrucción secundario (67,3%), convivientes (63,5%) y tienen de 1 a 2 hijos (73,1%).
- Las mujeres de la Asociación Mirador Bella Vista, en el hogar la mayoría pasan viendo televisión sin función social de nivel regular (71,2%) entre 2 a 3 horas, de preferencia novelas (44,2%), en Frecuencia Latina, América Tv y ATV.
- El rol de la mujer en el hogar de la Asociación Mirador Bella Vista en su mayoría se encuentra en proceso (70,1%), siendo la tarea principal el trabajo entre 8 a 12 horas. El 47,1% realiza actividades domésticas dedicando entre media a una hora la crianza a sus hijos (46,2%).
- El consumo de la televisión sin función social influye significativamente en el rol de la mujer en el hogar de la Asociación Mirador Bella Vista, denotada estadísticamente por $p < 0,05$.

RECOMENDACIONES

- Trabajar en el Área de Psicología, Enfermería y Servicio Social del Centro de Salud Alto de la Alianza la autoestima de la mujer, en el desarrollo de su empoderamiento a través de talleres educativos recreativos con ideas fuerza sobre las consecuencias y el daño que causa el consumo de televisión sin función social como; la desintegración familiar, la falta de atención, bajo rendimiento escolar, pensamientos y actitudes violentas, etc. que pueden modificar la conducta y salud de sus hijos y este consumo como afecta su rol, en el crecimiento personal, no solo de la mujer sino también en una adecuada convivencia con su pareja y comunicación en el hogar, en el desarrollo de la familia en el crecimiento intelectual y racional de los niños y adolescentes
- Que las áreas de Enfermería y Servicio Social del Centro de Salud Alto de la Alianza realicen coordinaciones y gestión social, abogacías, en conjunto con la comunidad Asociación Mirador Bella Vista permitiendo que sus autoridades fomenten y ofrezcan una amplia esfera de productos culturales responsable y sabiamente elaborados como: implementar talleres de proyección de videos educativos, culturales, recreativos gratuitos en el local donde se

reúnen las mujeres de la Asociación.

- Que las áreas enfocadas en familia y comunidad, así como Servicio Social y Enfermería del Centro de Salud Alto de la Alianza realice coordinaciones y gestión social, abogacías, canalizar alianzas estratégicas, en conjunto con otros sectores de la comunidad como la Municipalidad Alto Alianza para el desarrollo de proyectos de capacitación y ocupación laboral para las mujeres de la Asociación Mirador Bella Vista con el fin de la inversión productiva de su tiempo en horarios adecuados.
- Es importante la participación del equipo de salud del Centro de Salud Alto de la Alianza en temas de salud familiar en las asambleas dominicales donde toda la población de la asociación participa para desarrollar temas que estén relacionados al consumo de televisión sin función social y su rol principal de la mujer en la familia, con el lema “desconéctate de la televisión cuando estés con tus hijos, recuerda que eres el principal ejemplo para tus hijos e intentarán imitar tu conducta.”
- Finalmente, el personal de salud enfocado en comunidad como la enfermera y el trabajador social puedan, en diversos momentos,

reunirse con la familia, con la mujer o con miembros de esta comunidad e investigar un tema específico de familia, luchar por obtener más recursos, mediar entre una familia y una institución de la comunidad, o trabajar con la familia para mejorar sus dificultades de comunicación.

De este modo, la intervención del personal de salud familiar y comunitario es multifacética y está abierta a la creatividad y a la colaboración con otras disciplinas en la búsqueda de respuestas a problemas que enfrenta la familia y sobretodo la mujer en la comunidad, como la estudiada, y de esta forma se fortalezca la intervención del personal de salud en la comunidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Mosquera M, El tiempo. La mujer en la formación de la familia [Internet]. Colombia. [Consultado 2018]. Disponible en <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-80540>
2. Arboccó M, O'Brien J. Impacto de la televisión basura en la mente y conducta de los niños y adolescentes. Avance en Psicología: Rev de la Fac. Psic y Hds [Internet]. 2012 [Consultado 2018]; 20(2): 43-57. Lima. 2012. Disponible en <http://revistas.unife.edu.pe/index.php/avancesenpsicologia/article/view/318>
3. Centeno R. Tv basura: El caso de los programas juveniles Combate y Esto Es Guerra. [Tesis para optar el título de Licenciado en Comunicación Social]. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos; 2016.
4. Real Academia Española. Telebasura. [Internet]. Disponible en <https://dle.rae.es/?id=ZLNtc1D>
5. Consejo Consultivo de Radio y Televisión del Perú. Estudio cuantitativo sobre consumo radial y televisivo [Internet]. Lima – Perú: 2018. Disponible en <http://www.concortv.gob.pe/investigacion/estudios-cuantitativos/2017-estudio-sobre-consumo-televisivo-y-radial/>

6. Consejo Nacional de Televisión. Ordenamiento de Género en torno al Consumo Televisivo [Internet]. Santiago – Chile; 2017. Disponible en <https://www.cntv.cl/ordenamiento-de-genero-en-torno-al-consumo-televisivo/cntv/2018-01-30/115643.html>
7. López A. La mujer peruana: Una consumidora multimedios y multipantalla [Internet]. Lima. [Consultado 2018]. Disponible en <https://www.mercadonegro.pe/la-mujer-peruana-una-consumidora-multimedios-y-multipantalla/>
8. Morón M. Pobreza en la televisión Nacional. [Monografía de internet]. Lima: Municipalidad Metropolitana de Lima. 05 Feb 2010. [Consultado el 16 Set 2016]. Disponible en: <http://regidormarcosmoron.blogspot.pe/2010/02/la-televisión-basura-del-peru.html>
9. Cruz E. Telebasura. [Internet]. Lima. [actualizado 13 Jun 2013; citado 18 sept 2016]. Disponible en: <http://telebasuradehoyendia.blogspot.pe/>
10. Cortavitar E. Reflexionando sobre la influencia de la televisión en adolescentes y jóvenes limeños: una propuesta de activismo digital. [Tesis para obtener el grado de magister en comunicaciones]. Lima: PUCP; 2016. Disponible en <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/7293>

11. Herrera P. Rol de género y funcionamiento familiar. Rev Cubana Med Gen Integr [Internet]. 2000 [citado 2018]; 16(6): 568-73. Disponible en http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-21252000000600008&script=sci_arttext&tlng=pt
12. Yarto C, Lozano JC. Televisión, rutinas y vida cotidiana en mujeres de México, Guadalajara y Monterrey. México. Global Media Journal México. [Internet]. 2004. [citada 2018]; 1(1): 40-56. Disponible en https://gmjei-ojs-tamiu.tdl.org/gmjei/index.php/GMJ_EI/article/view/147/144
13. Martínez E. El País. Televisión basura [Internet]. Disponible en https://elpais.com/diario/2004/01/21/andalucia/1074640927_850215.html
14. Espinoza B, Castañeda A, Amaya L, Ríos C. La televisión y las repercusiones en la sociedad. Lima. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas; 2014 [citada 18 Nov 2016]. Disponible en: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/344090?locale=en&language=en>
15. Mercado M. Esto es guerra. ¿Puede ser considerado TV Basura? Sociología [Internet]. [Citado 21 enero del 2017). Disponible en: <http://47383003.blogspot.com/2017/01/esto-es-guerra-elprograma-donde.html>

16. Agueded J. Educación para la competencia televisiva. Fundamentación, diseño y evaluación de un programa didáctico para la formación del telespectador crítico y activo en educación secundaria. [Tesis de doctorado]. España: Universidad de Huelva; 1998.
17. Condori O. Los programas juveniles de la televisión y su efecto en el logro de capacidades en el área de comunicación de los estudiantes del 1° de secundaria de la Institución Educativa Nuestra Señora del Rosario de Fe y Alegría 21 UGEL Cusco, 2016. [Tesis de pregrado]. Perú: Universidad Nacional De Educación, Enrique Guzmán y Valle; 2017.
18. Vargas W. Los programas juveniles de la televisión y su efecto en el comportamiento en los estudiantes de primer grado de secundaria de la Institución Educativa Micaela Bastidas Maranura, UGEL La Convención 2016. [Tesis de posgrado]. Perú: Universidad Nacional de Educación, Enrique Guzmán y Valle; 2017.
19. Maydana R. Historia de la TV basura. Revista virtual Linkeados. Universidad Fasta, Argentina. 2012.
20. Barrueto J. La telebasura peruana y el factor psicológico. PerúEduca- Sistema Digital para el Aprendizaje, Lima. 2012.
21. EcuRed. Series de televisión [Internet]. Disponible en https://www.ecured.cu/Serie_de_televisi%C3%B3n.

22. EcuRed. Telenovela [Internet]. Disponible en <https://www.ecured.cu/Telenovela>.
23. Definición ABC. Definición de Reality Show [Internet]. Disponible en <https://www.definicionabc.com/general/reality-show.php>
24. Definición.de. Definición de Farándula [Internet]. Disponible en <https://definicion.de/farandula/>
25. Garrido N, Lorca P, Núñez K, Villarroel M. El Rol de la mujer en su hogar y familia [Internet]. [Citado en 2018]. Disponible en: <https://comunidad2013.wordpress.com/2013/05/25/el-rol-de-la-mujer-en-su-hogar-y-familia/>
26. La Prensa Gráfica. El rol de la mujer de hoy [Internet]. [Citado el 8 de marzo de 2016]. Disponible en: <https://www.laprensagrafica.com/mujer/El-rol-de-la-mujer-hoy-20160308-0004.html>
27. CieloLatino. Mujer actual [Internet]. Lima. Disponible <https://cielolatino-sky.blogspot.com/2016/01/el-rol-de-la-mujer.html>
28. Maradiaga J. Los cinco roles de la mujer en la sociedad actual. Las Funciones dentro del Hogar [Internet]. Disponible en: <http://maradiagajessy.blogspot.com/>
29. Definición y Que Ama de casa [Internet]. Disponible de: <https://definicion.de/ama-de-casa/>

30. Definición y Que Es Madre [Internet]. Disponible de:
<https://definicion.de/madre/>
31. Definición y Que Es Hogar [Internet]. Disponible de:
<https://definicionyque.es/hogar/>
32. Hernández R, Fernández C, Baptista P. Capítulo 7 Concepción o elección del diseño de investigación. En: Metodología de la Investigación. 4ed. México Mc Graw Hill Interamericana; 2006. pp. 157-231.
33. Donini A. Sexualidad y familia. Crisis y desafíos frente al siglo XXI. Noveduc. Bs. As. 2005.
34. Sandoval M. Los efectos de la televisión sobre el comportamiento de las audiencias jóvenes desde la perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales. Universitas Psychologica [Internet]. 2006; 5(2): 205-222. Disponible en:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64750202>

ANEXOS

ANEXO Nº 1

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

INSTRUCCIONES:

La validación del instrumento tiene como objetivo el de recoger información útil de personas especializadas en el tema:

“ROL DE LA MUJER FRENTE A LA TELEVISIÓN SIN FUNCIÓN SOCIAL EN LA ASOCIACIÓN MIRADOR BELLA VISTA, ALTO DE LA ALIANZA TACNA”

Se compone de 10 ítems, los que se acompañan con su respectiva escala de estimación que significa lo siguiente:

- Representa una ausencia de elementos que absuelven la interrogante planteada.
- Representa una abolición escasa de la interrogante.
- Significa la absolución del ítem en términos intermedios.
- Representa estimación que el trabajo de investigación absuelve en gran medida la interrogante planteada.
- Representa el mayor valor de escala y debe ser asignado cuando se aprecia que el ítem es absuelto por el trabajo de investigación de manera totalmente suficiente.

Marque con una “X” en la escala que figura a la derecha de cada ítem, según la opción que le merezca el instrumento de investigación.

HOJA DE PREGUNTAS PARA LA VALIDACIÓN

PREGUNTAS	ESCALA DE VALIDACIÓN				
• ¿Considera Ud. Qué los ítems del instrumento mide lo que se pretende medir?.	1	2	3	4	5
• ¿Considera Ud. Qué la cantidad de ítems registrados en ésta versión son suficiente para tener una comprensión de la materia de estudio?	1	2	3	4	5
• ¿Considera Ud. Que los ítems contenidos en éste instrumento son una muestra representativa del universo material del estudio?	1	2	3	4	5
• ¿Considera Ud. Qué si aplicamos en reiteradas oportunidades éste instrumento a muestras similares, obtendríamos también datos similares?	1	2	3	4	5
• ¿Considera Ud. Qué los conceptos utilizados en éste instrumento, son todos y cada uno de ellos, propios de las variables?	1	2	3	4	5
• ¿Considera Ud. Qué todos y cada uno de los ítems contenidos en éste instrumento tiene los mismos objetivos?	1	2	3	4	5
• ¿Considera Ud. Qué el lenguaje utilizado en este instrumento es claro, sencillo y no da lugar a diversas interpretaciones.	1	2	3	4	5
• ¿Considera Ud. Qué la estructura del presente instrumento es adecuada al tipo de usuario a quien se dirige el instrumento?	1	2	3	4	5
• ¿Considera Ud. Qué las escalas de medición son pertinentes a los objetos materia de estudio?.	1	2	3	4	5
• ¿Qué aspectos habría que modificar, qué aspectos tendrá que incrementar o qué aspectos habría que suprimirse?					

Firma del experto

PROCEDIMIENTO PARA EL INSTRUMENTO

Se construye una tabla donde se coloca los puntajes por ítems y sus respectivos promedios:

Nº de Ítems	EXPERTOS					PROMEDIO
	A	B	C	D	E	
1	5	4	3	4	5	4.20
2	4	3	3	4	5	3.80
3	4	5	4	5	4	4.40
4	5	4	3	5	4	4.20
5	4	4	3	5	5	4.20
6	5	4	4	4	4	4.20
7	4	5	3	5	5	4.40
8	4	5	4	5	4	4.40
9	5	4	4	5	4	4.40

- Con las medidas resumen (promedio) de cada uno de los ítems se determina la distancia de puntos múltiples (DPP), mediante la siguiente ecuación:

En este estudio: **DPP = 2.33**

- Determinar la distancia máxima (D máx.) del valor obtenido respecto al punto de referencia cero(o), con la ecuación.
- La D máx. se divide entre el valor máximo de la escala, lo que nos da un valor de:

Hallado con la fórmula:

$$D \text{ máx.} = 12.00$$

Donde X = Valor máximo de la escala para cada ítem (5)

Y = Valor mínimo de la escala para cada ítem (1)

- Con éste último valor hallado se construye una nueva escala valorativa a partir de cero, hasta llegar a D máx. dividiéndose en intervalos iguales entre sí. Llamándose con las letras A, B, C, D, E.

Siendo:

A y B : Adecuación total

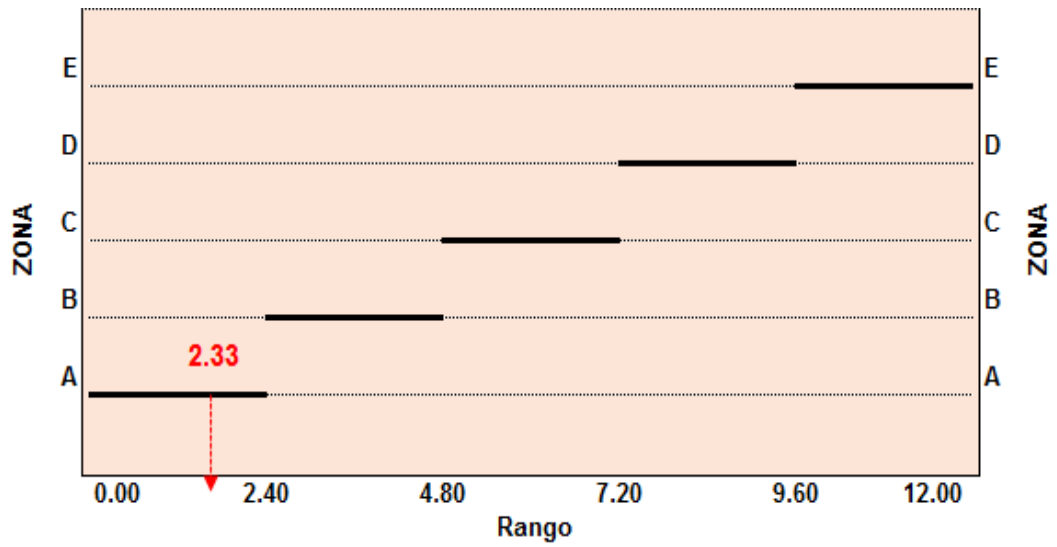
C : Adecuación promedio

D : Escasa adecuación

E : Inadecuación

- El punto DPP debe caer en las zonas A y B, en caso contrario la encuesta requiere reestructuración y/o modificación, luego de los cuales se somete nuevamente a juicio de expertos.

En el caso nuestro, El valor DPP fue **2.33** cayendo en la zona “**A**” lo cual significa una **adecuación total** del instrumento y que puede ser aplicado en la recolección de información de este estudio.



Zona	Rango		
A	0.00		2.40
B	2.40		4.80
C	4.80		7.20
D	7.20		9.60
E	9.60		12.00

ANEXO N° 02

COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

“ROL DE LA MUJER FRENTE A LA TELEVISIÓN SIN FUNCIÓN SOCIAL
EN LA ASOCIACIÓN MIRADOR BELLA VISTA, ALTO DE LA ALIANZA
TACNA”

Se utilizó la fórmula de alfa de Cronbach:

$$\alpha = \frac{k}{k - 1} \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k \sigma^2 (i)}{\sigma^2 (X)} \right]$$

Donde:

α : Coeficiente alfa de Cronbach

k : Cantidad de Items del test

$\sum \sigma^2 (X)$: Sumatoria de las varianzas al cuadrado de los puntajes totales (Items)

$\sigma^2 (X_1); \sigma^2 (X_2); \dots \sigma^2 (X_k)$: Varianza de la suma de los Items

Obteniéndose como resultado en el siguiente cuadro:

INSTRUMENTO	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	Nº de elementos
ROL DE LA MUJER DE LA ASOCIACIÓN MIRADOR BELLA VISTA	0,855	11

El resultado del coeficiente de Alpha de Crombach se visualiza en la ventana obtenida del Software SPSS V. 23.0

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,855	11

El coeficiente de alfa de Cronbach para el instrumento Rol de la mujer es igual a 0,855, indica alto nivel de confiabilidad del instrumento.

Los estadísticos descriptivos y la correlación elemento-total corregida es:

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RM_1	27,20	55,853	,374	,858
RM_2	26,90	51,674	,821	,823
RM_3	26,85	52,661	,687	,832
RM_4	27,60	52,884	,500	,848
RM_5	27,50	61,316	,162	,867
RM_6	27,75	54,197	,483	,848
RM_7	26,80	52,484	,722	,830
RM_8	27,15	55,397	,553	,842
RM_9	27,25	50,408	,712	,828
RM_10	26,95	52,787	,761	,828
RM_11	27,05	58,261	,324	,858

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
29,90	64,832	8,052	11

ANEXO N°03

CUESTIONARIO

EL CONSUMO DE LA TELEVISIÓN Y EL ROL DE LA MUJER EN EL
HOGAR DE LA ASOCIACIÓN MIRADOR DE BELLA VISTA – DISTRITO
ALTO DE LA ALIANZA TACNA, 2017

DATOS GENENERALES

EDAD:

OCUPACIÓN:

- Trabajo Independiente
- Trabajo Dependiente
- Ama de casa

GRADO DE INSTRUCCIÓN:

- Analfabeta
- Primaria Incompleta
- Primaria Completa
- Secundaria Incompleta
- Secundaria Completa
- Superior Universitaria

ESTADO CIVIL:

- Casada
- Conviviente
- Separada
- Soltera

NÚMEROS DE HIJOS:

- 1 a 2
- 3 a 4
- 5 a 6

NIVEL DE CONSUMO DE LA TELEVISIÓN SIN FUNCIÓN SOCIAL

INSTRUCCIONES. -Lea detenidamente las preguntas y marque o responda una de las alternativas que considere la respuesta más conveniente

N°	ENUNCIADO	Nunca	A veces	Frecuente mente	Siempre
1	Le gusta ver televisión	1	2	3	4
2	Piensa usted que los contenidos de la televisión son importantes para usted y su familia	1	2	3	4
3	Encuentra divertido realities como combate y esto es guerra	1	2	3	4
4	Piensa que los realities constituyen una mala influencia para usted y su familia	1	2	3	4

CONTESTE LO SIGUIENTE

1) ¿QUÉ TIEMPO SE DEDICA A VER TELEVISIÓN?

- 1 hora
- 2 horas
- 3 horas
- 4 a mas

2) ¿CUÁLES SON LOS PROGRAMAS QUE MÁS LE GUSTA VER EN LA TELEVISIÓN?

- Realities
- Novelas
- Películas
- Talk Show
- Farándula
- Culturales
- Noticieros

3) ¿QUÉ CANALES VE CON MAYOR FRECUENCIA?

- La Tina
- América
- ATV
- Panamericana
- Canal 7
- Cable

4) EN CABLE, ¿QUÉ PROGRAMAS LE GUSTA MÁS?

- Películas
- Novelas
- Documentales
- Musicales

5) SUS HIJOS, ¿QUÉ PROGRAMAS PREFIEREN?

- Realities
- Novelas
- Películas
- Caricaturas

6) SU PAREJA, ¿QUÉ PROGRAMA PREFIERE VER EN TELEVISIÓN?

- Películas
- Noticiero
- Deportes
- Novelas
- Realities

7) ¿CUÁNTO TIEMPO LE PERMITE VER TELEVISIÓN A SUS HIJOS?

- 30 Minutos
- 1 Hora
- 2 Horas
- 3 Horas
- 4 A Mas

8) ¿EN QUÉ LE SIRVE VER TELEVISIÓN?

- Salud
- Feliz
- Aprender
- Educarse
- Se olvida de problemas

NIVEL DEL ROL DE LA MUJER EN EL HOGAR

INSTRUCCIONES.

I.- Lea detenidamente las preguntas y marque o responda una de las alternativas que considere la respuesta más conveniente:

N°	ENUNCIADO	Nunca	A veces	Frecuente mente	Siempre
1	Promueve la unión entre los miembros de la familia	1	2	3	4
2	Ayuda con las tareas escolares a sus hijos	1	2	3	4
3	Prepara usted la lonchera de su hijo	1	2	3	4
4	Usted y su familia ingieren sus alimentos mirando televisión	1	2	3	4
5	Usted prefiere ver televisión o acudir a las sesiones educativas	1	2	3	4
6	Usted realiza sus quehaceres domésticos viendo televisión	1	2	3	4
7	Usted conversa con su familia de los programas que le gusta ver.	1	2	3	4
8	La televisión le da buenos ejemplos a usted	1	2	3	4
9	Cuando ve televisión se cansa y se duerme	1	2	3	4
10	Ver televisión le quita tiempo para hacer otras cosas importantes	1	2	3	4
11	Se relaja o distrae viendo televisión	1	2	3	4

CONTESTE LO SIGUIENTE

1) SI TRABAJA, ¿CUÁNTAS HORAS TRABAJA?:

- 2-4 horas diarias
- 5-7 horas diarias
- 8-12 horas diarias

2) ¿CUÁLES SON LAS TAREAS QUE MÁS REALIZADAS EN LA CASA?

- Cocina
- Lava ropa
- Ve televisión
- Limpia
- Acude al mercado
- Tareas domésticas
- Guía con las tareas a su hijo

3) ¿CUÁNTO TIEMPO EN TOTAL DIARIO DEDICA A LA CRIANZA DE SUS HIJOS?

- 30 minutos
- 1 hora
- 2 horas
- 3 horas
- 4 a mas

4) ¿POR QUÉ DEDICA ESE TIEMPO A SU HIJO?

- Por la televisión
- Trabaja
- Tareas Domésticas

ANEXO N° 04



UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

Escuelas Académico Profesionales de: Obstetricia, Enfermería, Medicina Humana,
Odontología, Farmacia y Bioquímica

RESOLUCIÓN DE FACULTAD N°7287-2017-FACS/UNJBG
Tacna, 26 de abril del 2017

VISTO:

El Informe N° 92-2017-SEGUNDA ESPECIALIDAD ENFERMERIA-FACS. Remitido por la Coordinadora de la Segunda Especialidad de Enfermería, solicita designación de Asesor para el proyecto de tesis y, autorización para ejecución presentado por la Est. Lic. Lourdes Esquivel Vega, y;

CONSIDERANDO:

Que, Est. Lic Lourdes Esquivel Vega, de la Segunda Especialidad de la Facultad de Ciencias de la Salud, solicita se le asigne Asesor para el proyecto de tesis;

Que, mediante el Informe N° 92-2017-SEGUNDA ESPECIALIDAD ENFERMERIA-FACS, remitido por la Coordinadora de la Segunda Especialidad Profesional de Enfermería, solicita se designe Asesor del Proyecto de Tesis titulado: **EL CONSUMO DE LA TELEVISIÓN SIN FUNCIÓN SOCIAL Y SU INFLUENCIA EN EL ROL DE LA MUJER EN LA ASOCIACIÓN MIRADOR DE BELLA VISTA- ALTO DE LA ALIANZA TACNA, 2017**, presentado por la Est. Lic. Lourdes Esquivel Vega, alumna de la Segunda Especialidad: Salud Familiar y Comunitaria, de la Facultad Ciencias de la Salud, teniendo como Asesora a la Dra. María Soledad Porras Roque;

Que, teniendo opinión favorable de su Asesora Dra. María Soledad Porras Roque, se procede a autorizar la Ejecución del Proyecto de Tesis presentado.

De conformidad con el Art.70° numeral 70.2 de la Ley Universitaria N°30220, y en lo expuesto en la R.R.N°006-2015-UNJBG, en uso de las atribuciones conferidas a la Sra. Decana de la Facultad de Ciencias de la Salud;

SE RESUELVE:

ART. 1°: Oficializar la Designación de la Dra. María Soledad Porras Roque, como Asesora del Proyecto de Tesis titulado **EL CONSUMO DE LA TELEVISIÓN SIN FUNCIÓN SOCIAL Y SU INFLUENCIA EN EL ROL DE LA MUJER EN LA ASOCIACIÓN MIRADOR DE BELLA VISTA- ALTO DE LA ALIANZA TACNA, 2017**, presentado por la Est. Lic. Lourdes Esquivel Vega, alumna de la Segunda Especialidad Salud Familiar y Comunitaria de la Facultad Ciencias de la Salud

ART. 2°: Autorizar la Ejecución del Proyecto de Tesis presentado por la Est. Lic Lourdes Esquivel Vega, alumna de la Segunda Especialidad-Enfermería, de la Facultad Ciencias de la Salud

Regístrese, comuníquese y archívese.



Maria Dalila Salas de Cornejo
Dra. María Dalila Salas de Cornejo
DECANA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD



Yemile del Carmen Berrios Espejo
Mg. Yemile del Carmen Berrios Espejo
SECRETARIA ACADÉMICA ADMINISTRATIVA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

Distrib.: 2da Esp.Enferm, Arch.

IMT/mpm

Av. Miraflores s/n Ciudad Universitaria-Central Telefónica 583000 Anexo2226 Castilla postal 316

ANEXO N° 05

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente investigación es realizada por LOURDES ESQUIVEL VEGA de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann – Facultad ciencias de la Salud – Escuela Académico Profesional de Enfermería.

La meta de este estudio es: Determinar la influencia del consumo de la televisión sin función social en el rol de la mujer en la Asociación Mirador Bella Vista, Alto de la Alianza Tacna 2017.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista o completar una encuesta. Esto tomará aproximadamente 10 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán anónimas.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento o puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas. Desde ya le agradecemos su participación.

Nombre del Presidente de la Asociación Mirador Bella Vista _____

Firma del _____

Fecha: _____



ANEXO N° 06

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente investigación es realizada por : La alumna Lourdes Esquivel Vega de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann – Facultad ciencias de la Salud – Escuela Académico Profesional de Enfermería. –Especialidad de Salud Familiar y Comunitaria

La meta de este estudio es...Determinar la influencia del consumo de la televisión sin función social en el rol de la mujer en la Asociación Mirador Bella Vista, Alto de la Alianza Tacna 2017.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista o completar una encuesta. Esto tomará aproximadamente 10 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán anónimas.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento o puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas. Desde ya le agradecemos su participación.

Nombre del Participante _____ (en letras de imprenta)

Firma del Participante _____

Fecha: _____