



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES

IZTACALA



**U.N.A.M. CAMPUS
IZTACALA**

**MODIFICACION DE LA CONDUCTA DE CONSUMO
ALIMENTICIO EN NIÑOS DE 4 A 5 AÑOS DE EDAD**

001
31921
B1
1984-1

T E S I S

**QUE PARA OBTENER
EL TITULO DE
LICENCIADO EN PSICOLOGIA
P R E S E N T A**

MARIA DE LOURDES BLANCO COLIN

AÑO 1984



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

A MIS PADRES

A MIS HERMANOS

A LUPITA H.C.

A SALVADOR

INDICE

INTRODUCCION IZT. 1000229

CAPITULO I :	<u>LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION Y SU INFLUENCIA EN LA CONDUCTA ALIMENTICIA.</u>	5
	1.1. Teoría de la comunicación en el contexto - de los medios masivos electrónicos.	
	1.2. La estrategia publicitaria de la televisión.	
	1.3. Efectos de los anuncios comerciales de televisión en la conducta alimenticia de los niños.	
	1.4. Nutrición - Desnutrición y anuncios comerciales.	
CAPITULO II :	<u>TEORIAS DE JUEGO</u>	26
	2.1. Planteamientos teóricos.	
	2.2. Importancia del juego en los niños.	
	2.3. Clasificación de los juegos infantiles.	
	2.4. El juego protagonizado o conducta imitativa de papeles.	
CAPITULO III :	<u>EL USO DE LA CONDUCTA IMITATIVA DE PAPELES COMO TECNICA PARA LA MODIFICACION DE LA CONDUCTA DE CONSUMO ALIMENTICIO.</u>	39
	3.1. Método.	
	3.2. Sujetos.	
	3.3. Escenario y Materiales.	
	3.4. Diseño.	
	3.5. Procedimiento Experimental.	

CAPITULO IV : PROGRAMA DE ENTRENAMIENTO A MADRES DE FAMILIA. - 44

4.1. Método.

4.2. Sujetos.

4.3. Procedimiento Experimental.

4.4. Resultados.

CAPITULO V : CONCLUSIONES. 70

BIBLIOGRAFIA. 74

APENDICES 78

A : Definición de categorías conductuales utilizadas en los formatos de registro. Periodo de imitación de papeles y periodo de modelamiento.

B : Código de alimentos nutritivos y no nutritivos utilizados en los formatos de registro.

C : Formatos de registro de alimentos nutritivos y no nutritivos.

D : Formatos de registro en las sesiones experimentales de la conducta de imitación de papeles y modelamiento.

E : Consecuencias positivas contenidas en las narraciones.

F : Formatos de registro correspondientes al entrenamiento a madres de familia.

G : Justificación de la elección de los alimentos nutritivos y no nutritivos que aparecen en las narraciones.

H : Narraciones.

I : Pláticas del entrenamiento a madres.

INTRODUCCION

Objeto

El presente trabajo de tesis describe un intento por modificar - la conducta de consumo alimenticio en niños de 4 a 5 años de - edad en una institución de educación preescolar. La importancia de modificar este repertorio radica en que una conducta de consumo alimenticio que cumple con los requerimientos necesarios para la obtención de energéticos le permite al niño responder y aprovechar los eventos estímulo que le proporciona el medio ambiente. La conducta de consumo alimenticio es un repertorio aprendido, - que se adquiere, mantiene y modifica en el medio ambiente, considerada desde esta perspectiva la conducta de consumo alimenticio, la pregunta de investigación que dirige este trabajo es: ¿La ingestión de alimentos nutritivos puede incrementarse a través de técnicas educativas programadas como lo son la imitación de papeles por parte de los niños y el modelamiento por medio de títeres?. Si es así, la modificación de conductas de consumo alimenticio puede dar al psicólogo una forma diferente de intervención en ámbitos escolares.

La conducta de consumo alimenticio está relacionada con la salud pública, siendo un área problema detectada a partir de las necesidades sociales del país. Existen factores que repercuten en la mejoría o detrimento de la conducta de consumo alimenticio. Uno de ellos es la crisis alimentaria que se está viviendo a nivel -

Objeto

nacional; a la falta de alimentación suficiente se añaden otros elementos agravantes, la falta de conocimiento de la población del valor nutritivo de los alimentos, y el crecimiento de la industria de comestibles poco nutritivos propiciado por el aumento de la utilización de los medios masivos de comunicación, en especial la radio y la televisión. Lo que ha causado una modificación de la conducta de consumo alimenticio, que se dirige a la sustitución del consumo de alimentos naturales por el consumo de alimentos industrializados, esta tendencia tiene gran relación con otro factor, la conducta de la madre ya que si acepta la tendencia sugerida, afecta de manera directa los hábitos alimenticios de su familia, por que la madre es la que se encarga en términos generales, de la selección y preparación de los alimentos a ingerir en la dieta familiar.

El cambio en los hábitos alimenticios se relaciona en primer término con el aumento de la utilización de la publicidad televisiva referida a la industria de comestibles poco nutritivos, que en el caso específico de la población infantil, son los denominados pastelillos, frituras y bebidas. Es por esto que dirigiremos nuestro análisis en el siguiente capítulo a la visualización de la conducta de consumo alimenticio en los niños y su relación con los medios masivos de comunicación.

Los aspectos que abordaremos son:

CAPITULO I : El proceso de la comunicación y su aplicación a los

Las posturas

medios masivos de comunicación mediante el desglose de diferen-
tes posturas teóricas de la comunicación. La forma de trabajo de
la mercadotecnia aplicada a la televisión con el objeto de crear
la demanda de un producto y su efecto en la conducta de consumo_
alimenticio de los niños.

CAPITULO II : Se revisa el modelo de aprendizaje social desarro-
llado por Bandura (1963) ya que tal modelo explica la adquisi-
ción, mantenimiento y extinción de repertorios sociales que se -
producen en el medio ambiente, pudiendo ser uno de ellos, la con-
ducta de imitación de papeles en los niños y su posible utilidad
para la modificación de repertorios aprendidos. Esta conducta ha
sido denominada por otras posturas teóricas como juego protagoni-
zado, es así, que se consideran también tales posturas como una_
forma de contextualizar la conducta imitativa de papeles.

CAPITULO III : Se presenta la descripción de un programa encami-
nado a la modificación de la conducta de consumo alimenticio en
los niños de 4 a 5 años de edad en la institución educativa, me-
diante el uso de la imitación de papeles y el modelamiento. Se -
presentan los resultados encontrados y su análisis correspondien-
te.

CAPITULO IV : Se presenta la descripción de un programa para ma-
dres de familia, elaborado con el objeto de la obtención de una
técnica más completa que nos indica la importancia de la conduc-
ta alimenticia de sus hijos.

CAPITULO V : Finalmente se presentan las conclusionns generales_

a las que se llega a partir de los elementos analizados y los re
sultados obtenidos.

En síntesis, el propósito de este trabajo es probar si técnicas_
programadas como la imitación de papeles por parte de los niños_
y el modelamiento por medio de títeres, pueden modificar la in-
gestión de alimentos nutritivos en niños de 4 a 5 años de edad -
en un ambiente natural, el jardín de niños.

CAPITULO I

LOS MEDIOS MASIVOS DE LA COMUNICACION Y SU INFLUENCIA EN LA CON-
DUCTA ALIMENTICIA.

1.1 Teorías de la comunicación en el contexto de los medios masivos de comunicación.

El estudio y análisis del fenómeno de comunicación de masas se ha contextualizado en el campo de los medios masivos — electrónicos (la radio y la televisión), dado su creciente desarrollo e influencia en el ámbito social.

Sin embargo, en vista de que la investigación en esta área data de apenas 50 años y por ende, las explicaciones que existen del fenómeno son fragmentarias y aproximativas, se presenta un esbozo de las teorías de comunicación más conocidas.

Fue en Estados Unidos donde se realizaron los primeros estudios e investigaciones de los medios masivos y sus efectos sobre el público. Sus premisas teóricas parten de cinco preguntas: ¿quién dice?, ¿qué dice?, ¿en qué canal?, ¿a quién le dice?, y ¿con qué efecto?

Los pioneros de este campo fueron Laswell y Lazarsfeld(1948) quienes establecieron la metodología a seguir y sobre la cual se basaron posteriores investigadores. Su análisis se enfocó al efecto de los medios; acentuando que la televisión en especial tiene un efecto narcotizante en los televidentes, ya que disminuye su acción, aumenta su conformismo,

y deteriora la cultura popular, Schramm (1964) fue uno de los teóricos más relevantes en este campo; estructuró su análisis de los medios masivos a partir de la comunicación interpersonal; hizo uso de los elementos mínimos que nos explican la operación de la comunicación, que desglosó en dos: a) la de informar; b) la de responder o retroalimentar, mencionando también que estos procesos son reversibles.

Según Schramm, el proceso comunicativo comprende tres elementos: La fuente que puede ser una persona o una organización informativa. El mensaje que es cualquier señal cuyo significado pueda interpretarse. El destino que puede ser una persona o una multitud. El campo de la experiencia que engloba a la fuente y al destino haciéndolos comunes cuando el mensaje emitido por primera vez es captado por este último. La eficacia de la comunicación radica en que para decifrar un mensaje, se tiene que partir de un cúmulo de experiencias comunes entre la fuente y el destino. La fuente es el cifrador del mensaje o comunicador, y el destino es un descifrador del mensaje o perceptor. Como el proceso comunicativo es reversible, la fuente que es comunicador puede también ser perceptor en sí mismo y viceversa.

El proceso comunicativo colectivo o de masas se desarrolla de igual forma, pero en ella interviene un mayor número de elementos. Aquí la fuente que es un órgano de comunicación transmite un mensaje, cifrado a un destino heterogéneo y distante, no habiendo correspondencia, no hay retroalimentación entre cifrador

y descifrador.

Berelson (1954) enfocó su análisis de la comunicación masiva al contenido del mensaje. Su técnica sirvió para describir el contenido de la comunicación. El contenido es el conjunto de significados del mensaje, expresados a través de símbolos verbales, auditivos y visuales, tiene por componentes: el fondo que es la tendencia u orientación del mensaje, y la forma que es la detección de la técnica de persuasión empleada o propaganda.

El análisis de contenido muestra el efecto superficial, decisivo, remoto o inmediato de los medios masivos en la conducta. El análisis de contenido de Berelson comprende la detección de: el asunto que se refiere al qué de la comunicación; la tendencia que es la orientación del mensaje en pro o en contra; la pauta lo que se sustenta; los valores que son las metas o deseos del mensaje; los métodos que son los medios empleados para alcanzar las metas; los rasgos físicos y psicológicos que son las características utilizadas en el mensaje adoptadas por los personajes; el actor o personaje del mensaje; la autoridad o fuente que transmite, y finalmente, el grupo al que se dirige la comunicación. Berlo (1971) tomó los elementos de comunicación de Schramm y Berelson y los integró a su teoría. Para Berlo el acto comunicativo tiene por elementos u objetivo principal, el influir en el medio ambiente y en nosotros mismos. Toda comunicación tiene un mensaje y expresa ideas, en una forma determinada. Los medios masivos utilizan los estados internos del hombre como son las mo

tivaciones, resortes psicológicos, sentidos y conducta como instrumentos para incluir en el medio ambiente y en el comportamiento. La eficacia de la comunicación depende de: que sea sencilla, coherente y dirigida a un objetivo. En Europa también surgieron investigadores que se interesaron por el análisis de los medios masivos de comunicación; orientándose al análisis de los mensajes visivoverbales. Los representantes de este enfoque fueron - Moles, Barthes y Eco.

Moles (1973) estructuró una teoría de la comunicación en base al hombre como individuo relacionado con su medio ambiente de manera profunda.

El hombre recibe del medio ambiente sus primeros mensajes, y como consecuencia, modifica su comportamiento en función de los mensajes recibidos. La comunicación para Moles es la acción que permite a un individuo situado en una época y en un punto dado, participar de las experiencias estímulo del medio ambiente de otro individuo o sistema situados en otra época o lugar, utilizando los elementos que tienen en común, como son: el emisor, el receptor, el canal y el mensaje. La comunicación puede ser de dos tipos, interpersonal y social; en esta última, participa sólo el emisor y no hay retroalimentación.

Moles también se preocupó por obtener una metodología que le permitiera realizar análisis de contenido. Para tal análisis delimita cinco pasos: 1) localizar el contexto común entre emisor y receptor, 2) la naturaleza del contenido de los mensajes, 3) -

análisis cuantitativo de la permanencia de ciertos aspectos en - el contenido de los medios a partir de un estudio estadístico, - 4) la cuantificación se basa en la frecuencia de los aspectos o unidades de los mensajes, y 5) la enunciación y esclarecimiento de convenios o acuerdos establecidos de antemano entre emisor y receptor.

Eco (1970) basó sus proposiciones en el campo de la lingüística, aportando un método para la interpretación de mensajes visuales, propuso un modelo estructural de los mensajes; consideró una estructura como "un modelo construido en virtud de operaciones que permiten unificar fenómenos diversos bajo un punto de vista". El mensaje se debe analizar por medio de sus elementos, que son: - 1) el registro de las imágenes contenidas en el anuncio; 2) las denotaciones de la imagen, es decir, la descripción de todas las personas presentes en el anuncio; 3) las connotaciones que son - las sugerencias, las asociaciones que la imagen propicia (es bello, agradable, amistoso, etc.); 4) la descripción del registro verbal o mensaje escrito, y por último, 5) la parte más importante, encontrar la relación entre los elementos que aparecen en el mensaje.

Barthes (1972) consideró el estudio del sistema de signos utilizado en los medios masivos, tomando como instrumento de análisis el lenguaje empleado. El significante es la imagen acústica de la cosa. El significado es la imagen de la cosa (ej; la palabra - conejo no es el animal sino su imagen psíquica). El análisis de

los mensajes visuales se elaboran en base a la identificación de:

- 1) el mensaje lingüístico y su función, a) anclaje- análisis de las significaciones que ofrece la imagen, b) relevo- la elección de ciertos significados e ignorancia de otros, 2) el mensaje de notado o imagen del anuncio que consiste en describir los objetos que aparecen en el anuncio, 3) el mensaje connotado que son los significados posibles del contenido (simbolismo, estatus, valores, etc.) los cuales se pueden detectar como "me da la sensación de... parece decir... me hace sentir..." (Toussaint, 1981).

En general los autores se han preocupado por el estudio del efecto de los medios masivos en los individuos, partiendo de la estructuración de una forma de análisis concreta, consideraron la definición de la comunicación y el análisis de contenido, como instrumento esencial de comprensión de los mensajes publicitarios. Estos elementos permiten comprender la participación del proceso comunicativo en los medios masivos, y por ende su estrecha relación con el posible efecto causado en el ser humano.

1.2. La estrategia publicitaria de la televisión. *Palet Econ.*

La televisión privada en México espera cumplir una función de fomento económico. La difusión de anuncios comerciales y de programas ácordes a las características de los productos anunciados constituyen la columna vertebral de un medio sujeto a las leyes del mercado.

La publicidad en México es controlada por agencias trasnacionales principalmente son: Walter, Mc Cann, Erikson, Stanton, Bur-

nett, Foote y Belding. Estas empresas tienen pocas limitaciones ligadas en el manejo de sus técnicas y de sus campañas publicitarias (Gutiérrez, 1976).

Las agencias de publicidad no se limitan a proporcionar datos objetivos sobre las características y el precio de un producto, sino que siguiendo las técnicas de persuasión, buscan imponer sus objetivos.

Este desarrollo ha motivado en los medios masivos el surgimiento de la mercadotecnia, que según la definición formal, es la serie de actividades que coordinan y regulan la secuencia que sigue un producto, desde su concepción hasta su entrega al consumidor, logrando así utilidades para la empresa. Dentro de este proceso se encuentra la publicidad que se define como el conjunto de técnicas creativas redaccionales, de investigación y administrativas que utilizando los medios masivos de difusión, tienden a incrementar las ventas de productos y servicios. En la televisión los comerciales reciben el nombre de spots. La introducción de los comerciales en el tiempo de programación se dividen en tres: a) "corte de estación" cuando el comercial pasa entre programa y programa, b) "Break intermedio" cuando pasa el comercial a la mitad del programa, c) "spot carrier" cuando el comercial forma parte del programa. Las televisoras colocan los programas de acuerdo a la clase socioeconómica, sexo y edad de los televidentes. En las mañanas, programas femeninos y noticiarios. En la tarde programas infantiles y telenovelas. En la noche programas

familiares y películas. J

El éxito de la actividad publicitaria reside en no pasar de un cierto grado de credibilidad, en permanecer en los límites de las cosas posibles. Una frase muy manejada por los publicistas es, "recordar que entre decir escrupulosamente la verdad y mentir francamente, existe una gama de matices". El "slogan" o frase que identifica al producto, es el elemento más usado en los anuncios publicitarios. El valor del slogan reside en que hace de aperitivo, tiene que interesar o despertar un sentimiento cualquiera, o bien, divertir.

Otro de los elementos que conforman su estrategia, es la elaboración de un mensaje efectivo, para lo cual se tienen los siguientes datos: qué es el producto, para qué sirve, de qué está hecho, qué ventajas se obtienen al comprarlo, cómo pueden adquirirlo y en dónde. Su redacción es de vital importancia para que el consumidor tenga una idea clara y concisa del producto. Por tanto, se consideran en el mensaje, la sencillez del mismo, la verosimilitud y el sentido del humor. Sin embargo, teniendo estos elementos, la estrategia publicitaria no estaría completa sin la utilización del "cómo provocar el deseo". Los publicistas señalan que el deseo es un móvil que sustituye a la necesidad. La necesidad puede discutirse y razonarse, el deseo no se discute, por eso para despertar el deseo, los publicistas apelan a los resortes psicológicos y los motivos del ser humano. Los motivos primarios son los directamente necesarios para la preservación del individuo, como el hambre, la sed, el sexo, el sueño, etc. Los secunda

rios son aquellos determinados por estímulos medio ambientales y adquiridos por un proceso de aprendizaje, se clasifican en motivos personales y sociales.

De los motivos personales, los que más se manejan, son: comodidad, belleza, eficiencia, familia, curiosidad, seguridad y diversión. De los motivos sociales, los más utilizados son: el impulso gregario, clase social, superioridad, posesión de objetos, exclusividad, calidad. Estos motivos de compra son sugeridos en los comerciales dando como resultado, que el espectador consuma lo que se le anuncia (Hourez, 1958; Galindo, 1975).

En cuanto al manejo publicitario dirigido a la población infantil, plantean la práctica en dos niveles; publicitan hacia el niño y a través del niño. En el primer nivel el niño debe ser "convencido" para que compre. En el segundo nivel el niño protagoniza el anuncio ante el adulto (anuncios con niño) y se convierte en prolongador efectivo del mensaje publicitario. La publicidad con niño está pensada para que el menor sea argumento de venta, poniendo en el anuncio la chispa tierna, humorística o utilitaria. Al igual que los niños suelen llegar a la elaboración de juegos basados en los comerciales, los anunciantes saben aprovechar esa relación en la argumentación directa (estímulo de consumo) dando un contenido lúdico al mensaje "fácil de comer y divertido" frase unida al juego", una fiesta en tu vaso, frase unida a refrescos. Con estas frases entramos al término publicitario donde el consumo se maneja como un juego, haciendo que la

actividad de consumo sea atractiva, al mismo tiempo el niño se ve en la necesidad de consumir para jugar.

Otro género de argumentos de venta que manejan los publicistas, es el que une un regalo al consumo del producto. Cromos, premios, regalos, estampas... el regalo es una compensación por la compra, una recompensa adicional al provecho que el consumo mismo proporciona.

Como se ha venido describiendo, las distintas formas de relación anunciante-niño a través de los comerciales al uso de ciertos productos, se relaciona ante el niño con situaciones agradables, premio, alegría, juego, fuerza... Esta práctica publicitaria es utilizada también en los adultos. Otro mecanismo de impacto es la apariencia externa subyugante del objeto para provocar su consumo. Como en el caso de los pastelillos mostrados en envolturas transparentes (Erausquin M, 1981).

Evaluar
La posibilidad de evaluar los efectos que causa esta forma de organización publicitaria en los consumidores ha sido vislumbrada desde diferentes enfoques, social, salud pública, psicológica, etc., empleando la mayoría de las veces, la metodología aportada por las teorías de la comunicación, Por tanto, nos abocaremos por el interés a que responde este trabajo al análisis de los efectos de esta estrategia en los niños, en particular la que enmarca los anuncios comerciales referidos a productos alimenticios.

1.3. Efectos de los anuncios comerciales de televisión en la conducta

Resumiendo
alimenticia de los niños.

La televisión constituye el medio de comunicación de mayor alcance y cobertura porque utiliza, sintetiza y/o engloba la comunicación oral y escrita. Ningún medio es más apto ni más directo en la actualidad. Millones de personas participan de eventos en el instante mismo en que estos ocurren fuera y dentro de las fronteras nacionales. Qué mejor medio capaz de unir imagen y sonido y penetrar en el ámbito mismo del hogar para llevar un mensaje, de ahí el porqué de su desarrollo (González P, 1976).

La investigación de los efectos de la televisión comenzó en Estados Unidos por el año de 1960, se abocó al estudio de la delincuencia juvenil. En 1963 se creó el Research Committee, creado por el Ministerio del Interior Británico para coordinar investigaciones sobre la influencia de la televisión. Se encontró con que había estudios en su mayoría incompletos y además una falta de interés notoria. La UNESCO recopila por primera vez en 1965, estudios sobre el tema. Para ese entonces ya había en el mundo - ciento cincuenta millones, según datos de la UNESCO en 1966 - (Erausquin, 1981). *Evaluación/justificación*

Si bien resulta relativamente fácil medir a través de encuestas la cantidad de televisión que consume nuestra sociedad, hasta ahora no se ha descubierto ningún método satisfactorio que mida el efecto que causa. En el caso de la investigación en el área de la mercadotecnia, la eficacia de la publicidad por televisión está fuera de duda. El impacto se puede medir por ejemplo, cuan-

do un nuevo producto se anuncia y se suscita una demanda inmediata. El efecto a corto plazo de la publicidad televisiva es mayor que otras formas de publicidad como la prensa, carteles, etc. El mensaje se transmite rápidamente y de manera eficaz mediante el efecto simultáneo de imagen, sonido, lenguaje y color (Esslin, - 1976). Es por esto que el aspecto publicitario de la televisión es, sin duda, un elemento de análisis importante dentro del contexto de los medios masivos.

Los efectos de la televisión en general y de la actividad publicitaria, en particular, han sido objeto de diversas investigaciones. Maccoby (1951) comparó la conducta de niños que ven y no ven televisión. Los datos muestran la influencia de este medio en la utilización del tiempo libre, como son los juegos, lecturas y relaciones interpersonales (Schramm 1975).
estudio etc.

Comstock en su libro "television and Human Behavior" (1978), recopiló interesantes datos. El autor especificó tres vertientes principales en donde se ubican las diferentes investigaciones: - 1) La atención de los niños a los comerciales, 2) La actitud de los niños hacia los comerciales, 3) Los efectos de los comerciales en la conducta de los niños. La mayoría de los autores están de acuerdo que la edad es un índice del desarrollo cognoscitivo y el número de experiencias con que el niño se enfrenta a los comerciales, es por esto, que la influencia persuasiva de los comerciales los afecta notoriamente. Los niños no distinguen el programa del comercial, ni discriminan la publicidad del producto.

Otros estudios han encontrado que a medida que el niño crece en edad, aumenta su discriminación de las características del producto anunciado, siendo, por tanto, mayor el efecto en niños pequeños (Comstock, 1976).

La publicidad televisiva afecta la atención, las actitudes y la conducta del niño, pero un área de las que más afecta es la nutrición. El gran número de comerciales que transmite la televisión sugiere que ésta es un poderoso agente, por lo menos potencial de influencia en los hábitos alimenticios (Golberg y Col, 1978).

Este tipo de problemática preocupa y moviliza a determinados organismos en Estados Unidos y en Europa. Las sociedades de consumidores de Estados Unidos han solicitado la desaparición de la publicidad infantil televisada, basándose en datos que correlacionan el aumento de peso promedio de los norteamericanos (entre cuatro y cinco Kgs. en los últimos diez años), con el incremento al consumo de productos azucarados. Tal estudio se hizo sobre 7500 comerciales, comprobándose que de estos productos sólo el 4% promocionaban productos que no contenían azúcar (Erausquin y Col, 1981).

En el caso de México, el incremento de la industria de comestibles poco nutritivos ha sido explosivo. Las trasnacionales tienen bajo su control el 75% de los chocolates; el 85% de los alimentos enlatados; el 95% de los cereales; el 96% de la leche en polvo (INCO, 1980).

Para su expansión, la industria alimenticia se vale de las técnicas de comercialización y de su instrumento propagador la publicidad. La dirección corporativa impulsadora fabricante de Bimbo, - Marinela, Suandy, Ricolino y Barcel, que en la última década ha - cuadruplicado sus ventas, tiene un presupuesto publicitario cerca no a los quinientos millones de pesos al año (INCO, 1980).

En un estudio que realizó el INCO para analizar los anuncios — correspondientes al mes de julio de 1980, se encontró que la distribución de comerciales fue: Golosinas toma el primer lugar con 268 comerciales; sigue las bebidas con 267 comerciales, y ocupa - el tercer lugar los productos farmacéuticos.

Otro estudio realizado ese mismo año, para evaluar la percepción que tienen los niños de 6 a 12 años, con respecto a los comerciales de saborizantes en polvo, reveló que sólo el 25% de los 76 niños muestreados, se da cuenta del propósito del comercial, el 31% considera verdad lo que dicen, y el 15% restante piensa que a veces dicen la verdad.¹

El abuso de la ingestión de alimentos no nutritivos como pastillitos, golosinas y refrescos, pueden acarrear daños a la salud del pequeño y al bolsillo de sus padres. Para conocer tal problemática, el INCO realizó un estudio de 100 golosinas, detectando sus - características, ingredientes, costo y repercusiones en la salud. Los datos muestran que la mayoría de los productos contienen altos porcentajes de colorantes. El acetato de vinilo en las gomas.

1) Rev del Cons 41, 1980.

de mascar, que es un plástico utilizado en pinturas, adhesivos, -
lacas, etc. Y grandes cantidades de azúcar². Lo único que apor-
tan son carbohidratos, ya sea, por medio de grasas y aceites. Son
una fuente de energía, pero a muy alto costo, comparado con otras
fuentes de energía. Cada caloría biológica de ciertas golosinas -
cuenta 100 veces más que una caloría que proviene de la tortilla.
De las consecuencias que el consumo exagerado de alimentos no nu-
tritivos trae a la salud, tenemos datos interesantes. El 97% de -
la población infantil padece caries. El exceso de ingestión de -
azúcar puede causar diabetes, obesidad, también se ha asociado su
ingestión a trastornos que afectan el sueño, la sexualidad y la -
agresividad, debido a que contienen ciclomatos.³

Sobre el mismo tópico, la SSA señala que la industrialización de -
los alimentos, asociado con la publicidad, ha distorsionado los -
hábitos alimenticios de los mexicanos, originando nuevas enferme-
dades derivadas del consumo de estos productos. Las principales -
dolencias son, trastornos del intestino grueso y colon. La caren-
cia de fibras naturales origina enfermedades diverticulares (for-
mación de bolsas en el interior del colon). Esta afección se ha -
presentado de manera alarmante en los últimos años⁴.

Resumiendo, podemos decir que el consumo de alimentos no nutriti-
vos, no es dañino, siempre y cuando esté acompañado de una alimen-
tación balanceada. Lo que es dañino es su consumo excesivo entre -

2) Rev del Cons 69, 1982.

3) Rev del Cons 50, 1981).

4) El Universal, La Prensa, 1982).

comidas, lo que causa la mayoría de las veces, que el consumo de alimentos no nutritivos, sea un sustituto de los alimentos nutritivos.

1.4. Nutrición-Desnutrición y anuncios comerciales televisivos.

El crecimiento y el desarrollo son los procesos que permiten al ser humano adaptarse al medio. El crecimiento se refiere al aumento de tamaño y peso. La medida que se utiliza es el Kg en el peso y los cm en cuanto al tamaño. El desarrollo es la serie de pasos sucesivos que hacen que el individuo, a través de variados cambios en su organismo, se vaya capacitando para realizar funciones más complejas y de mejor calidad. El desarrollo incluye la cantidad de cosas aprendidas. Qué tanto puede crecer y desarrollarse el ser humano. Depende de qué tan favorablemente influyan en él los factores individuales (hereditarios) y los factores ambientales (trato, estimulación adecuada, ejercicio físico, etc.). Dentro de estos factores, uno de los más importantes es la nutrición. La nutrición es el proceso mediante el cual se toman los alimentos que permiten mantenerse vivos, crecer y desarrollarse. Las sustancias que contienen los alimentos y que el organismo toma se llaman nutrientes y son: las proteínas, los carbohidratos, las grasas, las vitaminas y las sales minerales. Una dieta balanceada es aquella que aporta al individuo que la consume, todos los nutrientes en cantidades suficientes de acuerdo con las necesidades que tiene para mantener su estado de salud. (Rufz Escalona 1966; CEMPAE, 1980).

La desnutrición y la sobre nutrición son las dos variantes patológicas generales del estado normal de la nutrición. La primera, en el sentido general de deficiencia, y la segunda, en el de excedencia.

La desnutrición es la desviación del estado normal de la nutrición caracterizada por la pérdida de volumen de los tejidos y por la degradación funcional y psíquica consecutiva. Las manifestaciones de la desnutrición son tan variantes, que muchos autores prefieren no definirla sino más bien describen sus signos y síntomas — (Ruiz 1966; CEMPAE, 1980).

Calvillo (1980) señala como signos universales aquellos que siempre están presentes en la desnutrición:

La Dilusión - aumento de agua en el organismo; la Disfunción - cambios anormales en la actividad de los tejidos, órganos o sistemas; Atrofia-disminución en el volumen corporal, signos circun-stanciales como aquellos que no siempre se presentan en el organismo pero que tienen una probabilidad de aparecer, tales son las lesiones de la piel, la caída del pelo, deficiencias de tiamina, anemia, anormalidad de peso, talla, alteraciones óseas.

Y por último, se consideran los signos agregados, aquellos producidos indirectamente, que pueden afectar la desnutrición, tales como las diarreas, infecciones, deshidratación, etc.

Los efectos de la desnutrición varían de un individuo a otro, los daños dependen de: 1) La susceptibilidad individual, 2) La duración e intensidad de la carencia, 3) La edad en que se presentó -

la carencia.

Generalmente la desnutrición obstaculiza el correcto crecimiento, produce cambios en la composición del organismo, disminuye la capacidad de trabajo y aumenta la vulnerabilidad a las infecciones. (Chávez y Martínez 1980; Acacio 1980).

Los datos con respecto a los límites del efecto de la desnutrición en la conducta de aprendizaje, son escasos, por ende, los resultados no son concluyentes pero sí dirigen su tendencia a aceptar como probable que la desnutrición tenga consecuencias en el aprendizaje (Breckenridge, 1973). El niño desnutrido se distrae, carece de curiosidad y no responde adecuadamente a los estímulos, es apático y siempre está somnoliento, además de enfermarse con más frecuencia. Estas conductas conducen a una baja en el rendimiento escolar y disminución en el aprendizaje (Acacio, 1980).

La situación nutricional repercute de muchas maneras en el individuo, de ahí la gran importancia dada a la obtención del conocimiento de los hábitos alimenticios de la población mexicana en general y de la población infantil en particular. El Instituto Nacional de la Nutrición (INN) ha realizado diversos estudios con esta tendencia. Nos referimos sólo a los datos obtenidos en cuanto a el consumo de la población urbana infantil de alimentos no nutritivos, dado que la evaluación de los hábitos alimenticios de la población en general, sale de los alcances de esta revisión.

El estudio de la situación nutricional de algunos barrios del Distrito Federal, llevado a cabo por el INN (1981) tomó 8 barrios al

azar del DF y se localizaron 50 familias por barrio, lo que dio un total de 400 familias. Se consideró nivel medio a las familias que obtenían un ingreso correspondiente al salario mínimo, nivel alto a las que ganaban más del salario mínimo, nivel bajo a las que ganaban menos del salario mínimo. Se encontró que ha aumentado el uso de refrescos, pastelillos y golosinas, mostrándose un decremento en el consumo de tortillas, pan y leguminosas. En los preescolares, su ingestión de alimentos industrializados es alta, siendo los más frecuentes los pastelillos, chocolates en polvo, jugos enlatados, refrescos y gelatinas. El análisis nutricional nos dice que las carencias nutricionales en los niños comienzan en el nivel medio, ya que hay deficiencias en el aporte de las calorías y hierro. La mitad de los preescolares estudiados presentó crecimiento deficiente, lo que puede atribuirse a la falta de alimentos nutritivos y a su ingesta de alimentos industrializados.]

Otra investigación realizada por el INN con objeto de obtener datos sobre la alimentación de algunos barrios de León, Gto., seleccionó al azar 4 barrios localizados a las afueras, tomando 55 familias por barrio. Los datos se muestran por estratos (medio, alto, bajo) definido por su ingreso económico. En los tres sectores aparece la ingestión de refresco en la comida y el desayuno. En el sector bajo aparece en la cena. En general, su aporte calorífico es bajo, deficiente en proteínas y vitamina. En el estrato alto, su consumo de proteínas es exagerado. Con respecto al estado nutricional de los niños, el 30% de ellos presentó niveles bajos

de desnutrición. Un estudio que abarcó varias zonas (8 en el medio rural, o encuestas en el semirural y datos de tres colonias - del DF, donde se incluyen empleados y obreros), detectó los hábitos alimenticios de los niños de 1 a 4 años de edad. Se utilizó - el método de pesas y medidas. Se puede concluir que la alimenta- ción de los preescolares es deficiente en casi todos los nutrimen- tos, en especial de proteínas. El signo de desnutrición más evi- dente fue el crecimiento defectuoso, alteraciones del pelo. No se puede precisar el origen de la tendencia en los cambios en su die- ta alimenticia, pero es un hecho que los medios masivos de comuni- cación y la publicidad se encuentran influyendo en el cambio de - los hábitos alimenticios, tanto a nivel rural como urbano. Los es- tudios muestran que existe la desnutrición infantil, no debido a la ausencia de los nutrientes necesarios, sino más bien a una ali- mentación inadecuada. El sector urbano definido como medio es - buen ejemplo de este fenómeno (INN, 1981).

Imp. Justo [Los datos antes expuestos nos señalan que el medio televisivo tie- ne influencia en la conducta alimenticia. No obstante no se tie- nen resultados y conclusiones definitivas que nos especifiquen el grado de influencia ni las variables específicas que actúan en un momento determinado en la producción de la conducta de ingestión de alimentos no nutritivos.]

* Dado que el presente trabajo, trata con población infantil y se - intenta incrementar la ingestión de alimentos nutritivos mediante técnicas programadas que consideran su forma de aprendizaje y par

ten de la utilización de una conducta que tiene su nivel máximo - de presentación en la infancia, la llamada conducta de imitación_ de papeles para los teóricos del aprendizaje y conducta de juego_ en otras corrientes teóricas, el siguiente capítulo trata de la - conducta de juego y sus principales concepciones, como una forma_ de contextualizar la utilización de tal conducta como técnica pro gramada.

CAPITULO II

F 1 20260

TEORIAS DE JUEGO

2.1. Planteamientos Teóricos.

La preocupación por esclarecer qué es el juego se remota a la antigüedad. Los griegos aplicaban el vocablo a las acciones propias de los niños "hacer travesuras", los hebreos aplicaban la - palabras "juego como risa o broma". Entre los romanos "ludo" sig- nificaba alegría. A medida que se fue utilizando cada vez más el vocablo juego empezó a significar en todas las lenguas un grupo - numeroso de acciones humanas.

Los conceptos de juego son problemáticos en el campo científico, sea cual fuere el nombre que se le de, la mayoría de los autores están de acuerdo en que es una actividad que tiene su máxima pre- sentación en la infancia (Moragas, 1963; Stone, 1971; Oerter, — 1975; Hurlock, 1978; Mayesky, 1980).

Es tal la situación de la definición del juego que muchos auto- res se inclinan más por no definirlo, pero sí se inclinan por — enumerar sus características (Peinado, 1958; Agradados, 1973; Ma- yesky, 1980).

Otros sólo se contentan con señalar los efectos del mismo (Nage- ra, 1959); Hutt, 1962; Wolf, 1962; Beuchamp 1967; Sandstrom, — 1968).

El intento por conformar una teoría del juego surge a partir del siglo XIX, asociada con los nombres de Schiller, Spencer y Wundt. A decir verdad, sus concepciones fueron realizadas muy superfi- cialmente ya que su interés en este campo se dirigió a la consi-

deración del origen del juego ligado al arte.) Schiller basó su teoría en lo que se suele llamar el exceso de energía. El placer es el rasgo distintivo del juego y también del arte. Spencer decía que el exceso de energía es sólo una condición de la existencia del placer estético que proporciona el juego. Ninguna de estas concepciones trató en sí misma de llegar a la naturaleza del juego (Wolf 1962; Oerter 1975; Elkonin 1980).

Wundt aplicó también el término placer al juego. Decía que, una vez que el hombre ha satisfecho sus necesidades primarias por medio del trabajo, surge posteriormente el juego (Elkonin, 1980).

Gross denominada a su teoría del ejercicio. Su interés parte de la observación de los juegos de los animales y los juegos del ser humano. Su posición es biologicista ya que según él no puede explicarse esta conducta fuera de la maduración biológica. Su concepción biológica se atribuye a que el juego es una descarga de energía que permite el relajamiento.

Buhler admite la teoría del ejercicio de Gross. Pero su elemento principal es el placer funcional, considerándolo como aquel causado por la actividad y la energía debida al anticipo del resultado de la actividad.

Buytendijk construye su teoría partiendo de los principios opuestos a los de Gross. Si para este último el juego explica la importancia de la niñez, para Buytendijk, por el contrario, la infancia explica el juego; se juega porque se es joven (Wolf 1962; Sandstrom 1963; Madrigal 1973; Oerter 1975; Elkonin 1980).

La teoría atávica sustenta la ley biogenética en donde el juego del niño evoluciona según la edad. Los juegos no son otra cosa - que vestigios de generaciones anteriores.

Las teorías psicoanalíticas parten de los planteamientos de Freud dándole al juego una función catártica. Término utilizado para describir los intentos del niño por dominar las situaciones de la vida real, canalizando sus sentimientos, temores, angustias, que de otra forma no podría exponer. La función catártica tiene tres aspectos, a) La sustitución.- El niño juega con objetos que son sustitutos del cuidado materno; b) La relación madre-hijo.- El niño juega teniendo como tema principal esta relación; c) El conflicto de edipo.- El niño juega con situaciones - que le permiten la superación del conflicto de amor a su madre y odio a su padre (Madrigal 1973; Castellanos 1973).

Una de las teorías más actuales y aceptadas es:
La teoría cognoscitivista. Su representante principal es Piaget.

El juego en esta corriente se enmarca como parte de la función simbólica, se basa en la consideración de una estructura determinada por la edad cronológica de los sujetos y por el desarrollo del intelecto. El juego es el producto de una etapa específica - que tiene como elemento determinante el egocentrismo.

El egocentrismo va desapareciendo dando lugar a una conducta más social a medida que se avanza en edad cronológica. El juego para Piaget es un medio de aprendizaje, que le permite reconocer el mundo circundante (Oerter 1975; Elkonin 1980).

Elkonin (1980) señala que para muchos investigadores la palabra

juego no es un concepto específico, de ahí la improbabilidad de crear una teoría general del juego. Esa es una de las causas por las que en muchos manuales norteamericanos de psicología no se trata en general de la conducta del juego. Ni siquiera en el compendio de psicología infantil editada bajo la dirección de Mussen (Manual of child psychology 1972) en el que da una relación de los estudios extranjeros realizados en todas las ramas de la psicología infantil, muestra una síntesis de las investigaciones del juego infantil, del que sólo habla cuatro veces.

Gallusser ofrece una relación de las investigaciones sobre el juego en la primera mitad de nuestro siglo (editada por la UNESCO, sin publicar) refiriéndose a la relación entre las teorías biológicas y psicológicas del juego infantil. Este autor señala que "las dificultades para hallar una definición e incluso una descripción del juego aplicable a todas las conductas tenidas por lúdicas probablemente es la razón de que la mayoría de los libros sobre psicología infantil y de trabajos experimentales estén más bien orientados a observaciones empíricas que a una labor teórica".

En cuanto a los teóricos del aprendizaje se refiere, el vocablo juego es considerado como vago, y, por tanto, inútil, ya que abarca una gran cantidad de conductas que deben estudiarse por separado para así poder obtener datos científicos válidos.

2.2. Importancia del juego en el niño.

El juego como actividad que se observa en el niño, tiene una función práctica, sirve como instrumento que le permite un desarrollo físico adecuado, ya que le ayuda a perfeccionar sus coordinaciones neuromusculares a partir de la realización de diferentes conductas, correr, brincar, tomar la pelota, etc.

También tiene una función educativa ya que al jugar el niño conoce su medio ambiente por su exploración y manejo repetitivo de los objetos circundantes, conociendo las formas, texturas, colores, tamaños y la utilización social de los mismos. Adquiriendo habilidades y destrezas que le servirán posteriormente en sus actividades habituales. La conducta de juego contribuye en sí al conocimiento del niño de su medio ambiente, aprendiendo a seleccionar y a buscar nuevas respuestas. Con respecto a sí mismo el niño aprende sobre sus capacidades, siendo ejecutantes capaces para enfrentarse a las demandas del medio ambiente.

La importancia del juego para el desarrollo de la conducta social es clara, mediante el juego, el niño establece conductas interpersonales que le permiten aprender a convivir y a cooperar con los demás, aprende a respetar los derechos de los demás y los de sí mismo. La conducta de juego le permite la entrada a la comunicación en comunidad y al desarrollo del lenguaje. (Peinado 1958; Wolf 1962; Hutt 1962; Moragas 1963; Sandstrom 1968; Jersild 1969; Madrigal 1973; Alphandery 1973; Castellanos 1973; Oerter 1975; Hurlock 1978; Mayesky 1980).

2.3. Clasificación de los juegos infantiles.

Los juegos se clasifican según ciertas pautas. Algunos autores — los clasifican a partir del número de personas que participan: Solitario cuando sólo juega un niño, Paralelo cuando participan dos sujetos, Juego Cooperativo cuando participan más de dos personas. O bien, por la finalidad de lo que se juega: Juego manipulativo — cuando el niño juega con un objeto no conocido, observándolo, tocándolo, en fin, conociéndolo, Juego Repetitivo cuando juega constantemente con un objeto ya conocido Juego Constructivo cuando al jugar el niño forma con los objetos, formas y figuras conocidas. Otra forma conocida de juego es el llamado Juego protagonizado, — Juego Dramático o Juego de Roles. En términos generales, se refiere a la actividad de los niños en la cual reconstruyen sin fines utilitarios, las relaciones sociales. Por el interés que nos determina, sólo nos referirémos a esta forma de juego.

2.4. El juego protagonizado.

El surgimiento del juego protagonizado se observa en la primera — niñez y la edad preescolar, alcanzando su nivel máximo de presentación en la segunda mitad de esta etapa (de 4 a 5 años de edad). El juego protagonizado consiste en la reproducción por parte de — los niños de cualquier conducta observada en su medio ambiente natural. El medio ambiente que circunda al niño puede dividirse en — dos esferas interdependientes: 1) La esfera de los objetos, tanto naturales como debidos a la mano del hombre; 2) La actividad de — las personas, su trabajo o las relaciones que entablan.

En específico los temas corrientes del juego protagonizado son: —

Temas domésticos, entre los que figuran el jugar a la casita, hacer la comida, cuidar a los niños, hacer de padres y madres, imitar a los animales domésticos, cuidar al enfermo siendo el médico o la enfermera. Jugar a ser comerciantes (situaciones de compra-venta). Viajar y otras actividades relacionadas con la utilización de algún transporte, ir a trabajar, Jugar con pistolas, — siendo los personajes principales el policía y el bandido, matar y morir, celebrar fiestas, representar personajes importantes en la vida del niño (Hutt 1962; Beuchmp 1967; Jersild 1969; Stone — 1971; Adrados 1973; Oerter 1975; Hurlock 1978; Mayesky 1980).

El tema del juego es entonces el campo de la realidad y los niños la reconstruyen en el juego. El contenido es el aspecto central — reconstruido por el niño de la actividad de los adultos y de las relaciones que entablan en su vida laboral y colectiva. El contenido del juego revela la penetración del niño en la actividad humana y sus relaciones comunitarias. El enriquecimiento del contenido del juego depende de el conocimiento que tengan los niños de su medio-ambiente y de la relación existente en las personas. Los niños suelen ponerse de acuerdo en cuanto a los papeles que luego representan, despliegan el argumento siguiendo un plan. Las cosas, los juguetes y el ambiente, reciben significados lúdicos concretos que se observan a lo largo de toda la representación (uso de materiales a los que se dota de una aplicación específica dentro del juego: un palo delgado como cuchara, de una muñeca como una — amiguita, de pedazos de papel como comida, etc), la representa—

ción del papel y el argumento llenan el juego. Lo importante para el niño, es cumplir todos los requerimientos del papel, aparecen reglas internas no escritas, pero obligatorias para los que juegan.

Las investigaciones sobre juego protagonizado evidencian que el desarrollo de esta forma de juego va de una conducta concreta a la acción protagonizada: hay una cuchara, dar de comer con la cuchara a la muñeca, dar de comer a la muñeca como la mamá. Tal es, de manera esquemática el camino hacia el juego protagonizado (Elkonin, 1980). Cas

+ Collaños, 1980).
Hablando en otros términos, lo que utilizan los niños en las representaciones de su medio ambiente, es la imitación, identificación o aprendizaje observacional.

La Imitación se considera como el proceso sobre el cual se basa el aprendizaje social (Whitehurst, 1977). Bandura es uno de los teóricos del aprendizaje más abocados al estudio de la Imitación o aprendizaje observacional. Bandura (1963) propone el término "aprendizaje observacional" para distinguir las instancias en las que el sujeto adquiere y/o modifica una respuesta sobre la base de estar expuesto a un modelo que exhibe ciertas conductas.

El aprendizaje puede resultar de la experiencia directa o bien de la observación de la conducta de otros (modelo) y las consecuencias de las mismas (aprendizaje observacional o vicario). El aprendizaje observacional se conoce con diferentes términos: modelamiento, imitación, identificación, copia, facilitación social,

juego de roles, etc., pero estos términos implican un mismo proceso conductual (Bandura 1963; Mischel 1971; Gardner 1978).

Castellanos (1980).
Algunas veces se diferencia imitación de Identificación en términos de las condiciones de mantenimiento (reforzamiento externo para la imitación y reforzamiento interno para la identificación) o bien, usando sólo el término imitación para la reproducción de respuestas discretas y la identificación para la reproducción y adopción de patrones diversos de conducta. Definen también la imitación como igualación en presencia del modelo y la identificación o copia en ausencia del modelo. La diversidad en las definiciones en parte se atribuye a que los teóricos aplican este término a partir de la definición específica de ciertas variables de respuesta. (Tiempo de presentación de la respuesta, ausencia o presencia del modelo, condiciones de reforzamiento, utilización de la imitación como variable independiente o como variable dependiente) (Bandura, 1963; 1969). Pero a menos que se demuestre que el aprendizaje observacional de diferentes clases de conducta de igualación está gobernado por variables distintas, las diversas definiciones no sólo son gratuitas, sino que también causan una gran confusión (Bandura, 1963).

Bandura explica la adquisición, modificación y extinción de patrones de conducta social por medio de los procesos de modelamientos y aprendizaje vicario. El modelamiento tiene tres efectos fundamentales en el aprendizaje: por una parte la adquisición de nuevos patrones de respuesta; el fortalecimiento o inhibición de res

puestas existentes en el repertorio de los observadores por medio de la observación de la conducta del modelo y sus consecuencias, y por último, la conducta del modelo sirve como estímulo discriminativo para el observador en la facilitación de la ocurrencia de respuestas previamente aprendidas.

Cuando el aprendizaje se produce por medio de experiencia directa las consecuencias de la respuesta tienen tres funciones: Informativa, motivacional y reforzante. Cuando el aprendizaje se produce por medio del modelamiento, intervienen cuatro subprocesos interrelacionados complejamente.

El proceso de atención.- La simple exposición ante distintas consecuencias de estímulos de modelamiento no son en sí mismas garantías para que se dé el aprendizaje. La atención cuidadosa hacia el modelo es un subproceso esencial para la facilitación del aprendizaje.

Proceso de retención.- El aprendizaje puede ser mejorado a través de la repetición, práctica o reversiones abiertas de secuencias de la respuesta modelada. Durante esta exposición a secuencias estímulo, los observadores codifican, clasifican y reorganizan los elementos no conocidos dentro de los conocidos. Proceso de reproducción motora.- El tercer componente de los fenómenos de modelamiento implica la ejecución de la conducta motora. Los patrones de respuesta son más fácilmente reproducidos cuando ellos requieren la síntesis de patrones ya adquiridos. El elemento que conforma la reproducción motora es la topografía de la respuesta. Proce

so motivacional e incentivo.- Las variables incentivas regulan y facilitan el aprendizaje. La planeación de consecuencias positivas, el aprendizaje, y lo trasladan a la acción. Estos procesos son los que actúan en todo aprendizaje observacional, desde conductas aisladas hasta la producción de patrones de conducta compleja. (Bandura 1969, 1971; Mischel 1971).

Los patrones de aprendizaje de respuestas tienden a generalizarse a situaciones diferentes de las aprendidas. La extensión de la generalización viene a ser una función de el grado de similitud entre la situación de aprendizaje original y la situación de estímulos nuevos. La imitación generalizada nos da muestra de que sólo es necesario que una conducta imitativa sea reforzada para que una clase de conductas imitativas se fortalezca (Bandura 1969; Whitehurst 1977).

Existe una gran variedad de factores que afectan la probabilidad de presentación de la imitación: Las características del modelo, (sexo, edad, raza, apariencia física, etc.), las características del observador, el poder del modelo (para dar reforzamiento o el control de medios o recursos medio ambientales), las propiedades de las señales de modelamiento (intensidad, tamaño, novedad de los estímulos), las variables de dirección de la atención (tasa, número, distribución y complejidad de los estímulos presentados por el modelo) (Bandura 1969; Whitehurst 1977).

Concluyendo, las representaciones que hacen los niños de su medio ambiente, comprende el proceso de imitación, pudiéndonos referir

a tal proceso, sin necesidad de la utilización del término juego_ protagonizado, ya que ambos se refieren a la reproducción de la - conducta mostrada por un modelo.)

Bandura (1963) presta atención a estas representaciones mostradas por los niños, hablando en caso específico de la conducta imitativa o conducta de papeles, donde el imitador reproduce un papel referido a actividades domésticas o constructivas. Donde se reproducen no sólo los patrones de conducta apropiada, sino también se -- incluyen manierismos, gestos, inflexiones de voz mostrados por los sujetos que los rodean.

Bandura señala que la conducta de papeles puede ser un medio efectivo para producir cambios en la conducta, ya que el jugador del_ papel acepta las características de éste y es entonces reforzado_ por reproducir el papel mostrado por el modelo. Recibiendo así reforzamiento por su capacidad como reproductor del papel (como modelo en sí mismo) y como el sujeto que recibe las consecuencias - positivas del papel imitado (reforzamiento externo).

Sin embargo, la práctica nos muestra que su uso en la modifica— ción de la conducta infantil no se ha considerado de manera sistemática y evaluativa.

Señalada anteriormente la importancia que el aprendizaje observa— cional reviste para el desarrollo del niño, se usan las represen— taciones de situaciones de compra-venta por parte de los niños — (imitación y la observación de títeres (modelamiento) como técni— ca que permite la modificación de una conducta que influye en el_

crecimiento y desarrollo del niño, la conducta de consumo alimenticio. Utilizando también el entrenamiento a madres de familia. -

Suponiendo que la programación de la imitación de papeles y el modelamiento logren incrementar la ingestión de alimentos nutritivos en un grupo de niños cuyas edades fluctúan entre 4 y 5 años.

CAPITULO III

EL USO DE LA CONDUCTA IMITATIVA DE PAPELES Y EL MODELAMIENTO COMO TECNICA PARA LA MODIFICACION DE LA CONDUCTA DE CONSUMO ALIMENTICIO.

3.1. Método

3.2. Sujetos

IZT. 1000229

Un grupo de 12 niños con edades de 4 a 5 años.

3.3. Escenario

El aula de clases y el patio de juegos del jardín de niños.



U.N.A.M. CAMPUS
IZTACALA

Materiales

Formatos de registro, dibujos de alimentos nutritivos y no nutritivos, títeres, tinglado de títeres.

3.4. Diseño experimental.

Diseño de apareamiento directo, grupo control-grupo experimental, con medidas repetidas. Los sujetos que conforman el grupo se someten a un periodo de Línea-Base (ingestión de alimentos nutritivos y no nutritivos). Una vez obtenida se van apareando los sujetos que obtengan líneas-Base similares en cuanto a frecuencia de ingestión. Se asignan al azar a una u otra condición (grupo control-grupo-experimental). Este diseño se considera de medidas repetidas, debido a que se toman distintos registros de todos los sujetos, después de realizada la sesión experimental y en ausencia de éstas.

3.5. Procedimiento experimental.

3.5.1. Periodo de ambientación.

Se programa una semana de ambientación, consistente en que la experimentadora y los niños se encuentren en un mismo lugar geográfico (salón de clases o patio de juegos).

3.5.2. Fase I: Periodo de Línea-Base

Objetivo General: Evaluar los patrones de consumo alimenticio de los niños. Consistente en el registro de la ingestión de alimentos nutritivos a partir de dos situaciones: a) La observación directa; b) Situaciones estructuradas donde se les presentan productos nutritivos y no nutritivos permitiéndoles consumir a su elección.

Situación a Se realiza a partir de la utilización del formato de registro de alimentos nutritivos y no nutritivos (ver apéndice c).

Situación b Para llevar a cabo el registro correspondiente, se pide a las madres de los niños que colaboren, llevando a la hora del refrigerio diferentes alimentos especificados por la experimentadora. Se utiliza el registro anterior.

3.5.2.1. Criterio de ejecución

El criterio de ejecución tomado, es arbitrario, siendo cinco registros de Línea-Base para cada situación.

3.5.3. Fase II: Periodo Experimental de Imitación de papeles y Modelamiento.

3.5.3.1. Imitación de Papeles

Objetivo General: Utilizar las representaciones que hacen los niños de su medio ambiente para la modificación de la conducta de consumo alimenticio.

Objetivo Específico: Que los niños representen diferentes personajes de una narración dada, que incluye el consumo de alimentos nutritivos asociado con consecuencias positivas.

3.5.3.2. Procedimiento

Se les platica a los niños una narración, en la cual aparecen ^{con ayuda de retodito} varios personajes realizando diferentes actividades y llevando a cabo situaciones de compra-venta y/o consumo de productos alimenticios. Los personajes que aparecen en la narración obtienen consecuencias positivas por su consumo de alimentos nutritivos. Se hace énfasis en las consecuencias que reciben los personajes. Se les pide que se fijen bien en todo lo que se relata, porque después se "jugará" esa misma narración.

Terminando la narración se les dice que ahora todos comenzarán a jugar. Los niños libremente eligen los personajes que van a representar, así como, la forma de llevar a cabo la representación. Se arregla el escenario con ayuda de los niños, quienes colocan y acomodan los diferentes materiales a utilizar en la representación.

3.5.3.3. Duración de las sesiones

La duración de las sesiones de intervención es de treinta minutos, dividido en tres secciones. La primera con duración de diez minutos, utilizada para el relato de la narración; los diez minutos siguientes para el arreglo del escenario y repartición de papeles, los diez minutos restantes para la representación de la narración.

3.5.3.4. Forma de registro

Debido a que en las sesiones experimentales se debe de tener un control, que nos permita evaluar la producción de la conducta de imitación de papeles, se toma un registro de tal conducta en el

transcurso de la sesión experimental. (ver apéndice D). Además — del registro de la ingestión de alimentos nutritivos y no nutritivos en el horario de recreo.

3.5.4. Modelamiento (representación con títeres).

Objetivo General: Utilizar las representaciones de títeres como — complemento del periodo de imitación de papeles.

Objetivo Específico: Que los niños observen las representaciones_ hechas por medio de títeres, en donde se representan situaciones_ de compra-venta y/o consumo de alimentos nutritivos asociando su_ conducta de consumo con consecuencias positivas.

- 3.5.4.1. Se les dice a los niños que van a jugar a que están en el cine y_ por tal motivo pagarán sus entradas con papelitos en forma de bi- lletes, y se sentarán en butacas. Se abre el telón y aparece en — escena el anunciador, quien saluda a los espectadores. A continú_ aación, se nombra el título de la "película". Se cierra el telón y_ segundos después se abre para dar paso a la función. Las represen_ taciones de los títeres consisten en la realización de diferentes actividades, además de representar situaciones de compra-venta — y/o consumo de alimentos nutritivos y no nutritivos. Al final de_ la representación, se les hacen preguntas referidas a la causa de la producción de las consecuencias positivas recibidas por los — personajes.

3.5.4.2. Duración de las sesiones.

Las sesiones de intervención tienen una duración de treinta minu- tos. Los primeros quince minutos utilizados para la representa—

ción de los títeres, los quince minutos restantes para las preguntas hechas a los niños.

3.5.4.3. Forma de registro

Se registran las respuestas correctas de los niños referidas al porqué de las consecuencias dadas a la conducta de consumo de los títeres (ver apéndice D).

3.5.5. Distribución de los periodos de imitación de papeles y modelamiento.

Los periodos de imitación de papeles y modelamiento se llevan a cabo de forma alternada, esto es, primero se realizan tres sesiones consecutivas de imitación de papeles y posteriormente, tres sesiones consecutivas de modelamiento.

3.5.6. Periodicidad de las evaluaciones

Con el fin de obtener evaluaciones de la conducta objetivo durante el tratamiento experimental y fuera de él, se programan dos condiciones de evaluación. En la primera se toma un registro de la conducta de ingestión de alimentos nutritivos y no nutritivos después de la sesión experimental, que corresponde al horario de recreo. En la segunda condición se registra de manera intermedia, entre el periodo de imitación de papeles y el periodo de modelamiento, esto es, después de tres sesiones consecutivas de periodo de imitación, se programan dos días de Línea-Base de la conducta objetivo en las dos situaciones especificadas anteriormente (situación a y b). Después de tres sesiones de modelamiento se programan nuevamente dos días de evaluación y así sucesivamente, hasta completar las doce narraciones en cada periodo.

CAPITULO IV

PROGRAMA DE ENTRENAMIENTO A MADRES DE FAMILIA

Objetivo General: Lograr que la modificación de la conducta de consumo alimenticio de los niños, sea el resultado de una labor conjunta entre las madres de familia en el hogar y la situación de enseñanza-aprendizaje (periodo experimental) en el jardín de niños.

Objetivo específico: Que las madres participen en la modificación de la conducta de consumo alimenticio de sus hijos, funjiendo como variable control en la situación familiar.

Inicio del programa: Se inicia el programa de entrenamiento, una sesión antes del inicio del periodo experimental de imitación de papeles. Las sesiones se realizan dos veces por semana.

4.1. Método

4.2. Sujetos

Las madres de los niños designados al grupo experimental.

4.3. Procedimiento

4.3.1. Fase I: Objetivo Específico

Dar información a las madres sobre la forma de trabajo que se pretende con sus hijos, el objetivo que se persigue, y la petición de su colaboración para realizar el proyecto de investigación.

4.3.1.2. Sesión 1: Objetivo específico

Informar a las madres sobre el proyecto de modificación

de la conducta de consumo alimenticia dado a sus hijos. La aclaración de la importancia de su colaboración para que el proyecto concluya con éxito.

4.3.1.3. Procedimiento

Se les da a las madres una plática que tiene por elementos:

- a) Los antecedentes del proyecto.
- b) Resumen del proyecto.
- c) La importancia de la colaboración de las madres (ver apéndice I, plática 1).

4.3.1.4. Sesión 2: Objetivo específico

Delimitar las actividades de participación de las madres.

4.3.1.5. Procedimiento

Se les explica que la participación consiste, por una parte, en asistir a las pláticas que se impartirán para informarles sobre: a) Cómo afecta la mal nutrición a los niños; b) El efecto de la publicidad en la conducta alimenticia de los niños; c) El problema de la desnutrición en México; d) Adquirir el conocimiento que les permita "motivar" a mis hijos para que consuman alimentos nutritivos. La otra parte de la participación consiste en la realización de registros con el objeto de llevar un control de la conducta alimenticia de sus hijos.

4.3.2. Fase II: Objetivo

Que las madres obtengan información de la situación nutricional en México y los efectos de la desnutrición en los niños.

4.3.2.2. Procedimiento

Se les dan pláticas a las madres sobre la situación nutricional en México y sobre los efectos de la desnutrición en el niño. La experimentadora expone los temas, - ayudada por láminas que presentan cuadros sinópticos de los puntos tratados. Terminada la exposición se pregunta si no hay dudas, si es así, se procede al cuestionamiento directo a las madres, sobre los puntos tratados, (ver apéndice I, plática 2).

4.3.2.3. Sesión 2: Objetivo

Que las madres obtengan información sobre los efectos - de la publicidad en los hábitos alimenticios de los niños.

Procedimiento

Se les da a las madres, una plática sobre la publicidad y los posibles efectos tanto en la conducta, como en -- los hábitos alimenticios de los niños (ver apéndice I, plática 3).

4.3.3. Fase III: Objetivo

Dar a las madres los conocimientos teórico-prácticos -- que les permitan limitar la influencia de la publicidad en la conducta alimenticia de sus hijos.

4.3.3.1. Sesión 1: Objetivo

Que las madres obtengan información sobre los conceptos de aprendizaje y reforzamiento.

Procedimiento

Se emplea la utilización de pláticas. (ver apéndice I, Plática 4).

4.3.3.2. Sesión 2: Objetivo

Que las madres obtengan información de las situaciones en las que deben dar el reforzamiento a sus hijos y cómo analizar un comercial.

Procedimiento

Al inicio de la sesión se les pide, que hagan un resumen de la información obtenida en la sesión anterior. Además de dar ejemplos. Posteriormente, se da la información sobre las situaciones de cómo y cuando dar el reforzamiento (ver apéndice I, plática 5).

4.3.3.2.1. Evaluación del conocimiento de las madres de familia.

La experimentadora registra si las respuestas de las madres son correctas o incorrectas y si los ejemplos lo son de igual forma. (ver apéndice E).

4.3.4. Fase IV: Objetivo

Que las madres obtengan información de su conducta de participación en la modificación de la conducta de sus hijos (retroalimentación).

4.3.4.1. Procedimiento

Se les explica que se necesita obtener un control confiable (verdadero y exacto) del cambio gradual que se produce en la conducta alimenticia de sus hijos. Se les pide que realicen diariamente un registro de los alimentos que consumen sus hijos. La experimentadora les da los formatos de registro y su correspondiente explicación.

Antes de que comiencen con cualquier cambio se registrarán por un periodo de cinco días consecutivos la ingestión de alimentos nutritivos y no nutritivos de los niños. Cuando se inicia el proyecto, las madres preguntan a sus hijos, qué desean de comer en el horario de recreo, para que con tiempo les preparen los alimentos que van a llevar el día siguiente al jardín de niños.

4.3.4.2. Forma de registro

Se registra en el horario de los alimentos (desayuno, comida, y cena) la ingestión de alimentos nutritivos y no nutritivos y su facilidad o dificultad para ingerirlos. (ver apéndice E).

RESULTADOS

Los resultados obtenidos se interpretan a partir de la aplicación de la distribución de Poisson y la prueba de rangos señalados y - pares igualados de Wilcoxon.

La distribución de Poisson, se basa en los fundamentos de la teoría de la probabilidad, donde en general, se trata de investigar la posible ocurrencia de un suceso en un total de casos posibles, todos igualmente factibles. Cuando la variable manejada puede tomar sólo una serie de valores discretos, se dice que ha sido definida para la variable una distribución de probabilidad discreta o función de la frecuencia de la variable.

En nuestro caso, la variable dependiente (ingestión de alimentos nutritivos) toma valores discretos. La prueba que nos da la distribución de probabilidad discreta es precisamente la distribución de Poisson. En donde p es la ocurrencia de un suceso en un número determinado de ensayos, y $q=1-p$ que es la probabilidad de que el suceso no ocurra en un número determinado de ensayos. Entonces, la probabilidad de que el suceso se presente X veces en N ensayos, viene dada por la distribución de Poisson:

$$P(X) = \frac{\lambda^X e^{-\lambda}}{X!} \quad (\text{ver Tabla A}).$$

El apareamiento realizado con los doce sujetos, con el fin de corregir diferencias iniciales entre las frecuencias de ingestión de alimentos nutritivos de un grupo y otro al comenzar el procedimiento (ver Tablas B y C). Muestran que durante el periodo de Li-

nea-Base la probabilidad de ingestión de alimentos nutritivos es similar tanto en los sujetos designados al grupo experimental, como para el control (ver Tablas 1, 2, gráfica 1, 2). En las primeras observaciones se presenta la ingestión de alimentos nutritivos, pero la tendencia evidente es que en las subsecuentes observaciones, disminuye hasta desaparecer. La probabilidad de ingestión de alimentos nutritivos al inicio del tratamiento es muy variable. En las tres primeras sesiones hay una alta probabilidad de ingestión de alimentos nutritivos, tendientes a decrementar. Durante el periodo de evaluación se observa la misma tendencia — (ver Cuadro 3, gráfica 3).

En la Tercera y Cuarta semana se observan fluctuaciones en la probabilidad de ingestión de alimentos nutritivos, no obstante, se presenta en todas las sesiones.

En el periodo de evaluación, la distribución de probabilidad es muy variable (como lo muestra el Cuadro 4 y la gráfica 4). A la mitad del tratamiento, la distribución de probabilidad de ingestión de alimentos nutritivos es más estable, apreciándose un incremento. En el periodo de evaluación, la distribución de probabilidad de ingestión de alimentos nutritivos es alta y estable (ver Cuadro 5 y gráfica 5).

En la Séptima y Octava semana de tratamiento, la distribución de probabilidad de ingestión de alimentos nutritivos es alta, presentándose en todas las sesiones, pero aún se observan ligeras fluctuaciones. En el periodo de evaluación, la distribución de proba-

bilidad es alta y estable (como lo muestra el Cuadro 6 y la gráfica 6). Una tendencia apreciable, a partir de la sexta semana, es que la distribución de probabilidad de ingestión de alimentos nutritivos es más baja que el periodo de evaluación anterior. Esto puede presuponer que el efecto del tratamiento es temporal ya que el decremento es posterior a dos días (sábado y domingo) sin tratamiento, fuera de la institución preescolar.

La distribución de probabilidad de alimentos nutritivos correspondientes al grupo control es en general, baja, teniendo grandes fluctuaciones en las ocho semanas de observación (ver Cuadros del 7 al 10 y gráficas de la 7 a la 10). La tendencia observable en las representaciones gráficas es un marcado decremento que llega a la ausencia de ingestión de alimentos nutritivos en la séptima y octava semana de observación. Presentándose un sólo día una probabilidad de ingestión muy baja, que no es representativa de la tendencia general (ver gráficas de la 7 a la 10). Obtenidos los resultados bajo la prueba estadística de Poisson, se puede interpretar en síntesis que la probabilidad de ingestión de alimentos nutritivos incrementa en el grupo experimental y que la probabilidad de ingestión de alimentos nutritivos en el grupo control, es baja y variable, tendiendo a desaparecer. Sin embargo, no se contesta a la pregunta, ¿Qué tanto difiere la conducta de ingestión de alimentos nutritivos entre los grupos? Para contestar tal cuestionamiento, se emplea la prueba de Wilcoxon.

La prueba de rangos señalados y pares igualados de Wilcoxon, se utiliza cuando se tiene un número de parejas menor a 25 que tienen la condicionalidad de haber sido apareadas según ciertos criterios. En este caso, el apareamiento es función de las frecuencias de ingestión de alimentos nutritivos obtenida en el periodo de Línea-Base. La información que proporciona la prueba de Wilcoxon es: a) Que nos permite saber, cual de los dos miembros de un par obtiene resultados mayores o positivos, y b) Clarifica las diferencias por orden de tamaño absoluto. Pudiendo de este modo, hacer el juicio de qué tan significativo es el cambio en un miembro de la pareja y rechazar o aceptar la postulación de la hipótesis nula H_0 . El procedimiento a seguir consiste en señalar los puntajes de cada par al inicio y al final del tratamiento. Se anota la diferencia entre ambos puntajes (d). Se ordenan del más pequeño al más grande (rango de d), y por último, se señala el puntaje que tiene el signo menos frecuente. Siendo este valor T de Wilcoxon, el que permite rechazar o aceptar H_0 (ver Tablas D y E). Los resultados obtenidos interpretados bajo los lineamientos estipulados por la prueba de rangos señalados y pares igualados de Wilcoxon, nos permiten afirmar que al inicio del tratamiento experimental, la ingestión de alimentos nutritivos de los sujetos del grupo experimental, y los sujetos del grupo control, no difieren significativamente. Al final del tratamiento, la suma de los rangos señalados es $T=0$. Esto permite rechazar la hipótesis de nulidad en $\alpha = 0.05$. Por tanto, rechazamos H_0 y aceptamos H_1 (ver —

Tabla F de valores críticos de T). Con base a la prueba de Wilcoxon se concluye que la tasa de ingestión de alimentos nutritivos de los sujetos que recibieron el tratamiento experimental, difiere significativamente de los sujetos que no recibieron tratamiento.

La distribución de probabilidad de Poisson y la prueba de rangos señalados y pares igualados de Wilcoxon, nos ayudan a concluir — que las técnicas programadas de imitación de papeles y modelamiento, sí incrementan la ingestión de alimentos nutritivos en niños de 4 a 5 años de edad.

TABLA A

DISTRIBUCION DE POISSON

$P(X)$ = Probabilidad de que los niños ingieran alimentos nutritivos por sesión.

X = Número de sesiones.

P = Probabilidad grupal por sesión.

N = Número total de observaciones.

λ = NP

e = 2.71282

$$P(X) = \frac{\lambda^x e^{-\lambda}}{X!}$$

TABLA B

FRECUENCIAS DE INGESTION DE ALIMENTOS NUTRITIVOS Y NO NUTRITIVOS CORRESPONDIENTE AL PERIODO DE LINEA-BASE.												
Días	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Ss	NN	N	NN	N								
1	2	0	2	0	2	0	1	0	1	0	2	0
2	2	0	2	0	2	0	2	0	2	0	0	0
3	2	0	1	0	1	0	0	2	1	0	1	0
4	1	0	1	0	1	0	1	0	2	0	0	2
5	1	0	2	0	1	0	2	0	0	0	2	0
6	1	0	1	0	1	0	2	0	0	0	1	0
7	1	0	1	2	1	0	1	2	0	0	2	2
8	0	2	1	0	0	2	2	0	1	0	1	0
9	2	0	1	0	1	0	2	0	0	0	1	0
10	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	2	0
11	1	0	2	0	1	0	1	0	0	0	1	0
12	1	2	2	2	1	2	0	2	1	0	2	1
NN _G	15		17		14		16		10		18	
N _G		4		4		4		4		2	2	3
											2	2
												4

NN = Alimentos no nutritivos

N = Alimentos nutritivos

NN_G = Sumatoria grupal de alimentos no nutritivos

N_G = Sumatoria grupal de alimentos nutritivos

TABLA C

FRECUENCIAS DE INGESTION DE ALIMENTOS NUTRITIVOS POR SUJETO. PERIODO DE LINEA-BASE

Ss	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
NN	16	17	12	12	14	13	12	11	9	11	10	12

Apareamiento y designación de los sujetos al grupo experimental y al grupo control

APAREAMIENTO:

12 - 12	corresponde en	3 - 13
12 - 12	frecuencias a	4 - 7
11 - 11	los sujetos	8 - 10
9 - 10		1 - 2
13 - 14		6 - 5
16 - 17		9 - 11

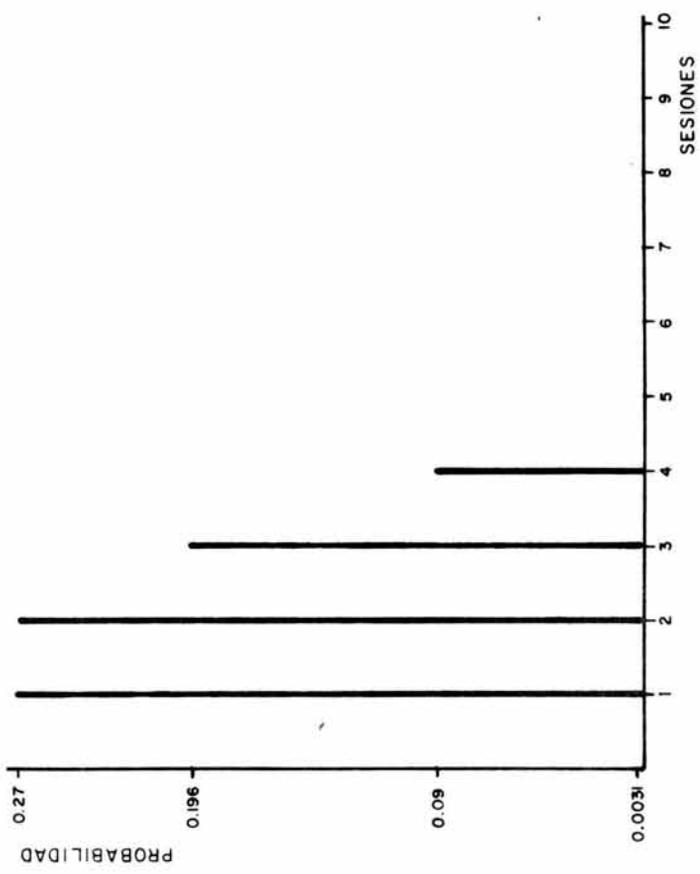
DESIGNACION AL AZAR:

G. Experimental: Ss número- 12,4,10,2,6 y 9.
 G. Control: Ss número- 3,7,1,5,8 y 11.

TABLA 1

PROBABILIDAD DE INGESTION DE ALIMENTOS NUTRITIVOS DEL GRUPO EXPERIMENTAL Y DEL GRUPO CONTROL CORRESPONDIENTE AL PERIODO DE LINEA-BASE.																
Días	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10						
Ss																
Exp	NN	N	NN	N	MN	N	NN	N	NN	N	NN	N	NN	N	NN	N
2	2 0	2 0	2 0	2 0	2 0	2 0	2 0	0 1	2 0	2 0	1 0					
4	1 0	1 0	1 0	1 0	1 0	2 0	2 0	2 0	2 0	2 0	1 0					
6	1 0	1 0	1 0	2 0	1 0	2 0	0 0	1 0	2 0	2 0	2 0					
9	2 0	1 0	1 0	2 0	0 0	1 0	1 0	1 0	0 0	0 0						
10	1 0	1 2	1 0	1 0	1 0	1 0	2 0	0 0	1 0	2 0						
12	1 2	2 0	1 2	0 2	1 0	2 0	1 0	2 0	1 0	1 2						
P(A)	0.2	0.2	0.2	0.2	0	0	0.14	0.25	0.2	0.22						
Ss																
Cont																
1	2 0	2 0	2 0	1 0	1 0	2 0	1 0	2 0	2 0	2 0	1 0					
3	2 0	1 0	1 0	1 0	2 0	1 0	1 0	1 0	2 0	2 0	2 0					
5	1 0	2 0	1 0	2 0	1 0	2 0	0 2	2 0	2 0	1 0						
7	1 2	1 2	1 2	1 2	0 0	2 2	1 0	2 0	1 0	2 2						
8	0 0	1 0	1 0	1 0	2 0	0 0	1 0	1 0	0 0	0 0						
11	1 0	2 0	1 0	1 0	1 0	0 0	1 0	1 0	1 0	1 0						
P(A)	0.22	0.18	0.22	0.2	0	0.2	0.29	0	0	0.18						

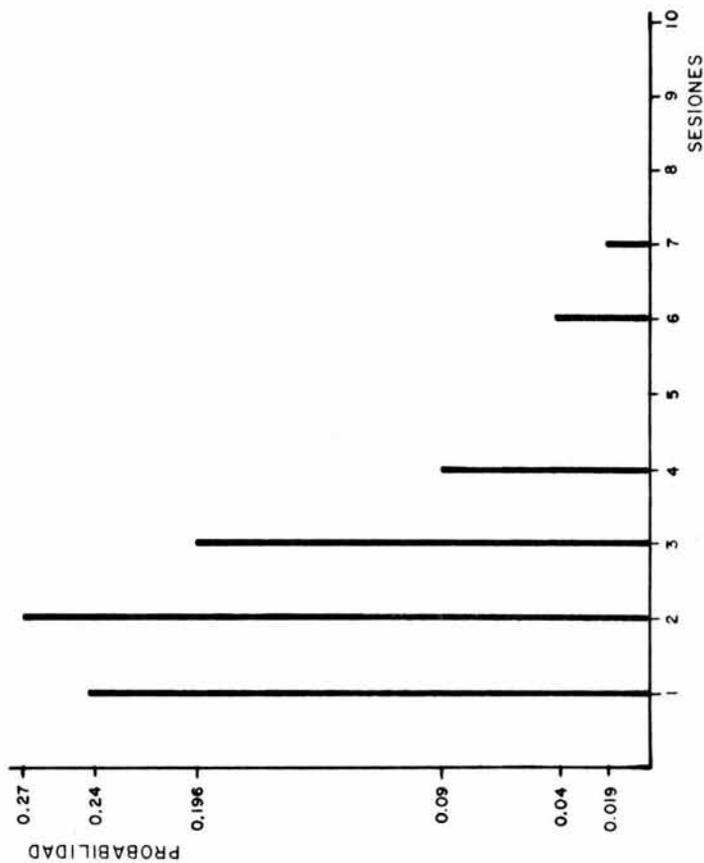
P(A) = Probabilidad de ingestión de alimentos nutritivos



I	TESIS PROFESIONAL
LINEA — BASE	
PSIC. 84	GRUPO EXPERIMENTAL
UNAM	LOURDES BLANCO COLIN

TABLA 2

DISTRIBUCION DE POISSON. PERIODO DE LINEA-BASE							
GRUPO EXPERIMENTAL				GRUPO CONTROL			
X	P	NP	P(X)	<u>X</u>	P	NP	P(X)
1	0.2	2	0.27	1	0.22	2.2	0.24
2	0.2	2	0.27	2	0.18	1.8	0.27
3	0.2	2.2	0.196	3	0.22	2.2	0.196
4	0.2	2	0.09	4	0.2	2	0.09
5	0	0	0	5	0	0	0
6	0	0	0	6	0.2	2	0.04
7	0.14	1.4	0.000516	7	0.29	2.4	0.019
8	0.25	2.5	0.0031	8	0	0	0
9	0.2	2	0.00019	9	0	0	0
10	0.22	2.2	0.00081	10	0.18	1.8	0.0000162

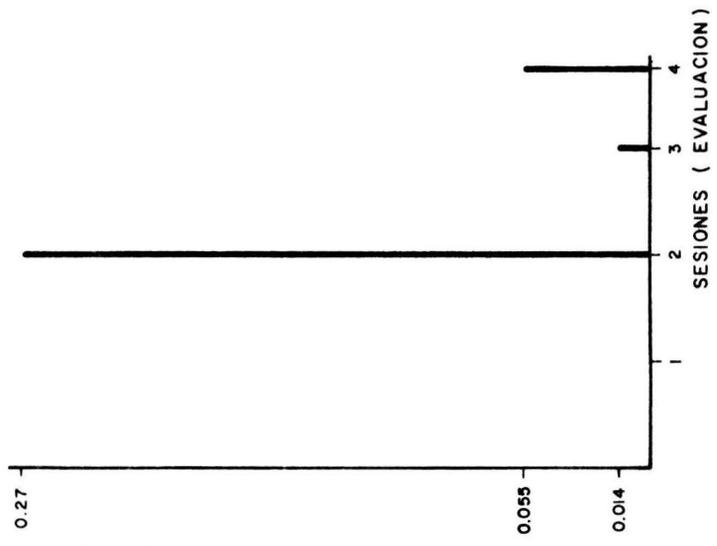
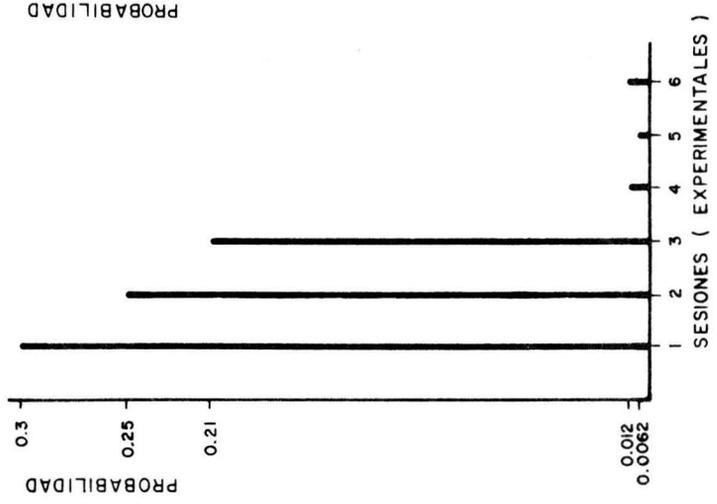


2		TESIS PROFESIONAL
		LINEA - BASE
PSIC. 84	GRUPO CONTROL	
UNAM	LOURDES BLANCO COLIN	

CUADRO 3

PERIODO EXPERIMENTAL							
PROBABILIDADES				DISTRIBUCION DE POISSON			
1 Sem Días	P	2 Sem	P	X	P	NP	P(X)
1	0.29	1	0.1	1	0.29	1.74	0.3
2	0.25	2	0.2	2	0.25	1.5	0.25
3	0.42	3	0.33	3	0.42	2.52	0.21
4	0	4	0.13	1'	0	0.6	0.012
5	0.5	5	0.4	2'	0.1	1.2	0.0062
				3'	0.33	1.98	0.012
				N=6			

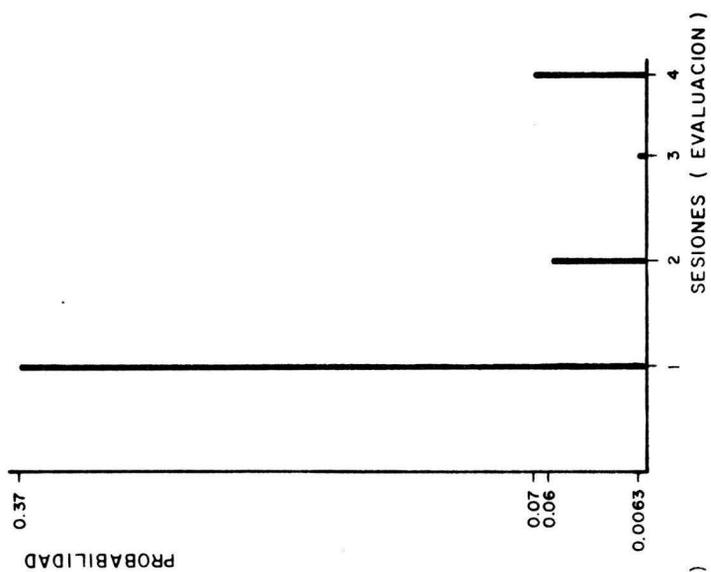
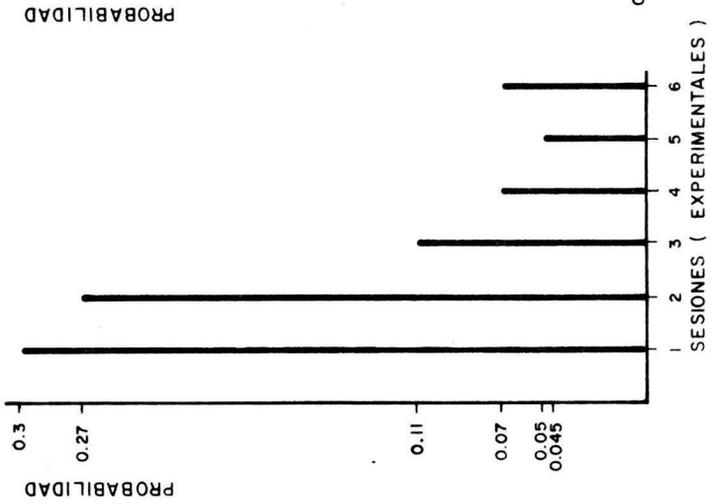
PERIODO DE EVALUACION			
X			
4	0	0	0
5	0.5	2	0.27
4'	0.13	0.52	0.014
5'	0.4	1.6	0.055
N=4			



3	TESIS PROFESIONAL
	10 y 20 Semana
PSIC. 84	GRUPO EXPERIMENTAL
UNAM	LOURDES BLANCO COLIN

CUADRO 4

PERIODO EXPERIMENTAL							
PROBABILIDADES				DISTRIBUCION DE POISSON			
3 Sem Días	P	4 Sem	P	X	P	NP	P(X)
1	0.29	1	0.29	1	0.29	1.74	0.3
2	0.3	2	0.36	2	0.3	1.8	0.27
3	0.23	3	0.5	3	0.23	1.38	0.11
4	0.25	4	0.22	4'	0.29	1.74	0.07
5	0.11	5	0.44	2'	0.36	2.16	0.05
				3'	0.5	3	
				N=6			
PERIODO DE EVALUACION							
		X	P	NP	P(X)		
		4	0.25	1	0.37		
		5	0.11	0.44	0.06		
		4'	0.22	0.38	0.0063		
		5'	0.44	1.76	0.07		
		N=4					



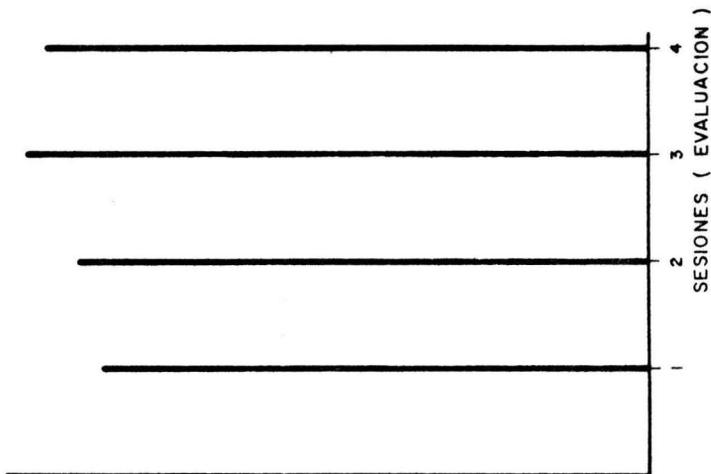
4	TESIS PROFESIONAL
	30 y 40 Semana
PSIC. 84	GRUPO EXPERIMENTAL
UNAM	LOURDES BLANCO COLIN

CUADRO 5

PERIODO EXPERIMENTAL							
PROBABILIDADES				DISTRIBUCION DE POISSON			
5 Sem Días	P	6 Sem	P	X	P	NP	P(X)
1	0.67	1	1	1	0.67	4.02	0.072
2	0.08	2	0.83	2	0.08	4.8	0.095
3	0.4	3	1	3	0.4	2.4	0.02
4	0.7	4	1	1'	1	6	0.134
5	0.9	5	0.89	2'	0.83	4.98	0.18
				3'	1	6	0.16
				N=6			

PERIODO DE EVALUACION			
X	P	NP	P(X)
4	0.7	2.8	0.17
5	0.9	3.6	0.18
4'	1	4	0.195
5'	0.89	3.56	0.19
		N=4	

PROBABILIDAD
0.195
0.19
0.18
0.17

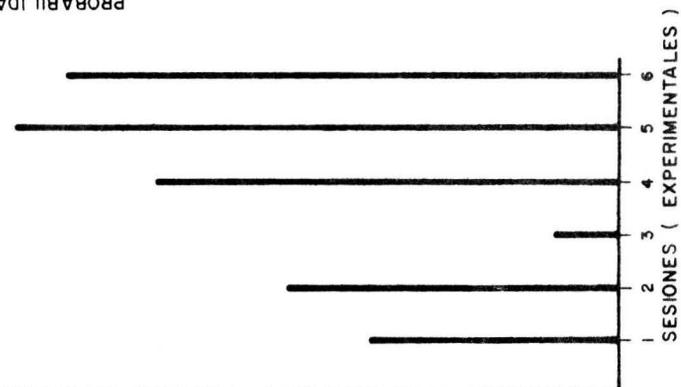


PROBABILIDAD

0.18
0.16
0.134

0.095
0.072

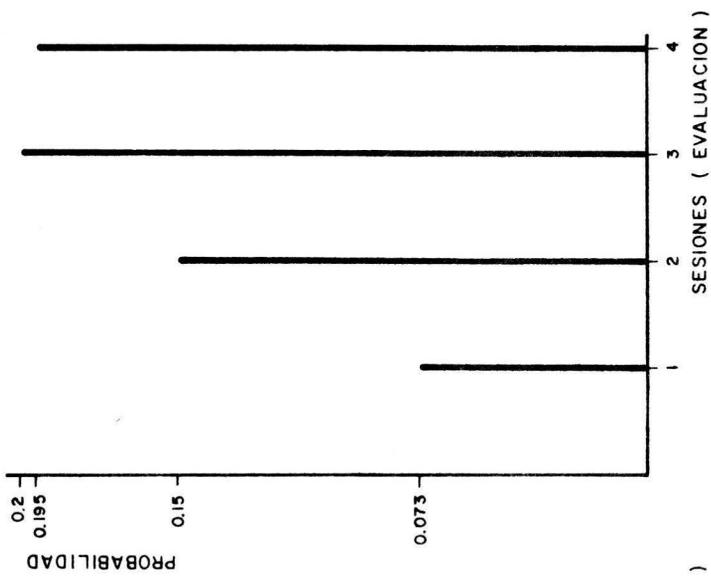
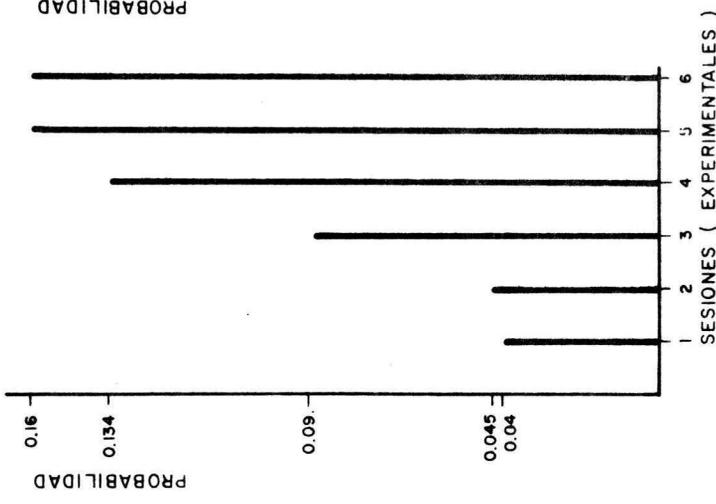
0.02



5	TESIS PROFESIONAL
	5ª y 6ª Semana
PSIC. 64	GRUPO EXPERIMENTAL
UNAM	LOURDES BLANCO COLIN

CUADRO 6

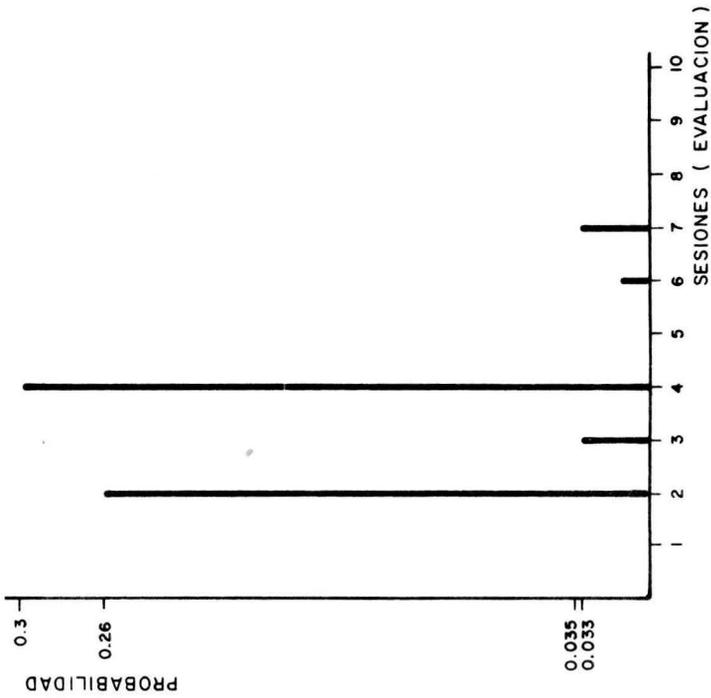
PERIODO EXPERIMENTAL							
PROBABILIDADES				DISTRIBUCION DE POISSON			
7 Sem Días	P	6 Sem	P	X	P	NP	P(X)
1	0.88	1	1	1	0.88	4.8	0.04
2	1	2	1	2	1	6	0.045
3	1	3	1	3	1	6	0.09
4	1	4	0.93	1'	1	6	0.134
5	1	5	1	2'	1	6	0.16
				3'	1	6	0.16
				N=6			
PERIODO DE EVALUACION							
		X	P	NP	P(X)		
		4	1	4	0.073		
		5	1	4	0.15		
		4'	0.93	3.72	0.2		
		5'	1	4	0.195		
		N=4					



6	TESIS PROFESIONAL
	7 ^a y 8 ^a Semana
PSIC. 64	GRUPO EXPERIMENTAL
UNAM	LOURDES BLANCO COLIN

CUADRO 7

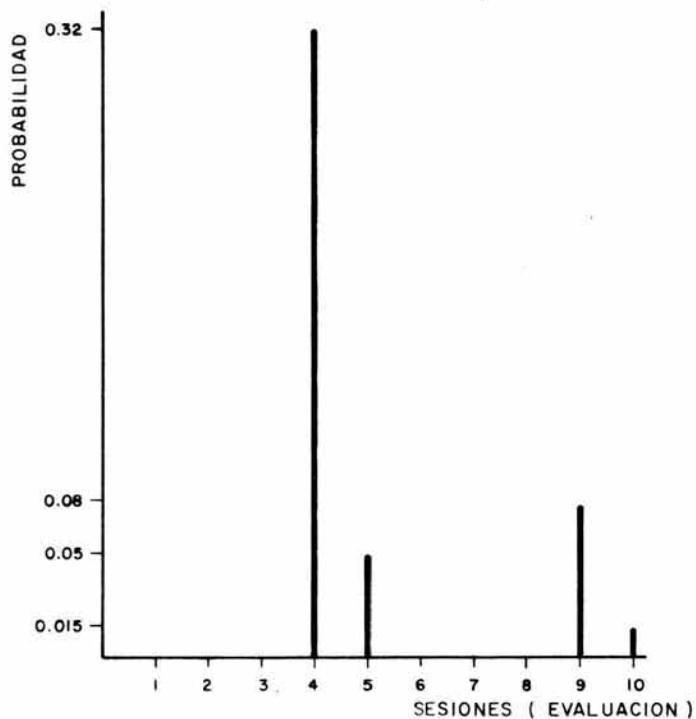
GRUPO CONTROL					
PROBABILIDADES			DISTRIBUCION DE POISSON		
1 Sem Días	P	X	P	NP	P(X)
1	0	1	0	0	0
2	0.27	2	0.27	1.62	0.26
3	0.125	3	0.125	0.75	0.033
4	0.125	4	0.125	0.5	0.3
5	0	5	0	0	0
2 Sem Días	P	X	P	NP	P(X)
1	0.17	1	0.17	1.02	0.016
2	0.33	2	0.33	1.98	0.35
3	0.09	3	0.09	0.54	0.00002
4	0	4	0	0	0
5	0	5	0	0	0



7	TESIS PROFESIONAL
	1ª y 2ª Semana
PSIC. 84	GRUPO CONTROL.
UNAM	LOURDES BLANCO COLIN

CUADRO 8

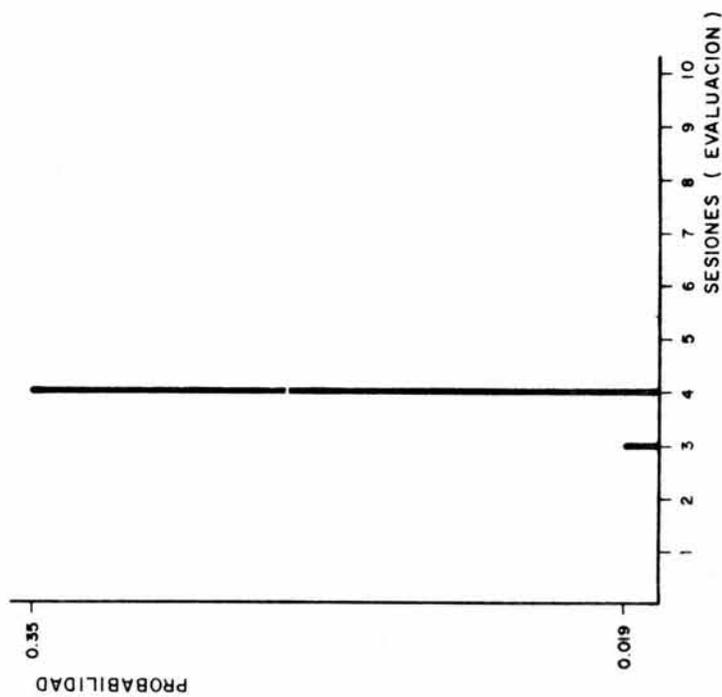
GRUPO CONTROL					
PROBABILIDADES			DISTRIBUCION DE POISSON		
3 Sem Días					
1	0	1	0	0	0
2	0	2	0	0	0
3	0	3	0	0	0
4	0.14	4	0.14	0.56	0.32
5	0.11	5	0.1	0.4	0.054
		N=5			
4 Sem Días					
1	0	1	0	0	0
2	0	2	0	0	0
3	0.4	3	0.28	1.12	0.08
4	0.29	4	0.25	1	0.015
5	0.25	5			



8	TESIS PROFESIONAL
	3ª y 4ª Semana
PSIC. 84	GRUPO CONTROL
UNAM	LOURDES BLANCO COLIN

CUADRO 9

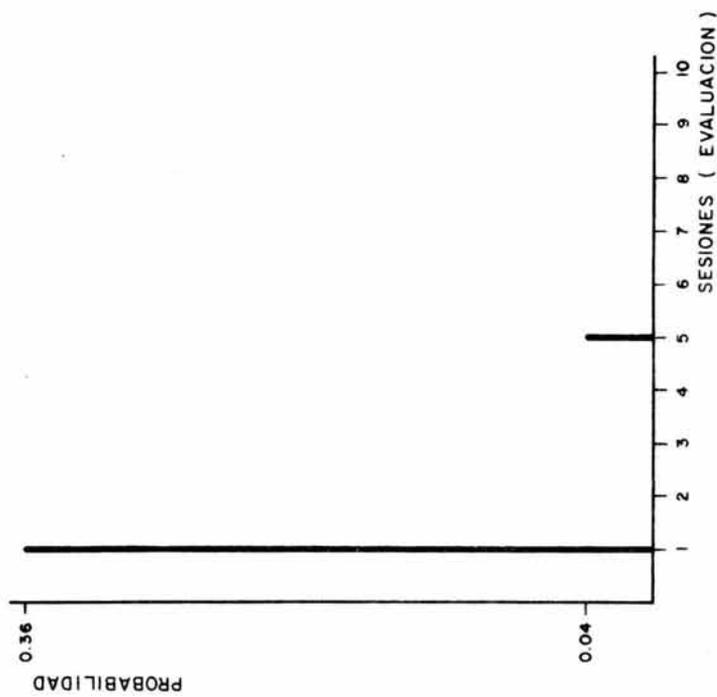
GRUPO CONTROL					
PROBABILIDADES			DISTRIBUCION DE POISSON		
5 Sem Días	P	X	P	NP	P(X)
1	0	1	0	0	0
2	0	2	0	0	0
3	0.14	3	0.1	0.6	0.019
4	0.18	4	0.18	0.72	0.35
5	0	5	0	0	0
		N=5			
5 Sem Días	P	X	P	NP	P(X)
1	0.03	1	0.07	0.42	0.0009
2	0	2	0	0	0
3	0.15	3	0.15	0.90	0.0003
4	0	4	0	0	0
5	0.09	5	0.09	0.36	0.0005



9	TESIS PROFESIONAL
PSIC. 84	5ª y 6ª Semana
UNAM	GRUPO CONTROL
	LOURDES BLANCO COLIN

CUADRO 10

GRUPO CONTROL					
PROBABILIDADES			DISTRIBUCION DE POISSON		
7 Sem Días	P	X	P	NP	P(X)
1	0.2	1	0.2	1.2	0.36
2	0	2	0	0	0
3	0	3	0	0	0
4	0	4	0	0	0
5	0.08	5	0.08	0.32	0.04
		N=5			
8 Sem Días	P	X	P	NP	P(X)
1	0	1	0	0	0
2	0	2	0	0	0
3	0	3	0	0	0
4	0	4	0	0	0
5	0	5	0	0	0



TESIS PROFESIONAL	
7 ^o y 8 ^o Semana	
PSIC. 84	UNAM
GRUPO CONTROL	
LOURDES BLANCO COLIN	

TABLA D

HIPOTESIS PARA LA PRUEBA DE RANGOS SEÑALADOS Y PARES IGUALADOS DE
WILCOXON

Hipótesis de nulidad

Ho: La ingestión de alimentos nutritivos de los niños designados_ al grupo experimental y de los niños designados al grupo control no difiere al inicio ni al final del tratamiento experimental.

H₁: La ingestión de alimentos nutritivos de los niños designados_ al grupo experimental sí difiere significativamente de los ni ños designados al grupo control.

Nivel de significación

Sean $\alpha = 0.05$

N = 6

Región de rechazo

Puesto que no se predice dirección de la diferencia, la región de rechazo es de dos colas. La región de rechazo son todos los valores T tan pequeños que la probabilidad de ocurrencia conforme Ho es igual a menor que $\alpha = 0.05$

TABLA E

PUNTAJES PARA LA PRUEBA DE WILCOXON					
Al inicio del tratamiento					
Pareja	Puntaje de ingestión de N. Gpo Exp.	Puntaje de ingestión de N. Gpo. Control	d	Rango d	Rango de signo menos frecuente.
<u>Exp</u> <u>C</u>					
2 - 1	1	0	1	2	
4 - 3	2	1	1	2	
6 - 5	1	3	-2	-4	4
9 - 7	6	0	6	5.5	
10 - 8	6	0	6	5.5	
12 - 11	1	0	1	2	
					T = 4
Al final del tratamiento					
<u>Exp</u> <u>C</u>					
2 - 1	13	0	3		
4 - 3	15	0	4.5		
6 - 5	17	0	4.5		
9 - 7	15	0	6		
10 - 8	5	0	1		
12 - 11	9	0	2		
					T = 0

TABLA F. Tabla de valores críticos de T en la prueba de los rangos señalados de pares igualados de Wilcoxon⁺

N	Nivel de significación para prueba de dos colas		
	.05	.02	.01
6	0	—	—
7	2	0	—
8	4	2	0
9	6	3	2
10	8	5	3
11	11	7	5
12	14	10	7
13	17	13	10
14	21	16	13
15	25	20	16
16	30	24	20
17	35	28	23
18	40	33	28
19	46	38	32
20	52	43	38
21	59	49	43
22	66	56	49
23	73	62	55
24	81	69	61
25	89	77	68

+ Tabla de Wilcoxon tomada del libro Estadística no Paramétrica de Sidney Siegel.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Como ya señalamos, uno de los principales problemas que en la actualidad se plantean a nivel de salud pública, es el de asegurar una alimentación adecuada para una población numerosa y con rápido crecimiento. La situación no es igual en todas las regiones del globo. Se puede decir que las dos terceras partes de la población mundial no tienen alimentos suficientes y grandes núcleos de población sufren graves carencias. Este fenómeno es multicausado, siendo sus características muy variadas; pero en específico, refiriéndonos a la población mexicana de clase media, los estudios que investigan los hábitos alimenticios de este sector, concluyen que se encuentran carencias nutricionales, sorprendiéndose por encontrarlas en su gran mayoría, en niños de edad preescolar. Las conclusiones a las que se llega no son determinantes, pero se atribuye esta situación, no a la falta de los alimentos energéticos necesarios o disponibles, sino a factores que indirectamente la propician, como son: una dieta desproporcionada, ocasionada por la falta de conocimiento de la población del valor nutritivo de los alimentos, la conducta de la madre, ya que en última instancia, es ella la que selecciona y elabora la dieta diaria familiar, la publicidad televisiva de los alimentos industrializados no nutritivos, que en los últimos diez años se ha incrementado considerablemente, lo que ha causado una creciente sustitución de la ingestión de alimentos naturales por alimentos industrializados. La complejidad de los factores a los que está expuesta la -

conducta de consumo alimenticio, hace difícil su control, y de ahí la relatividad de los resultados. El presente intento por modificar tal repertorio en niños preescolares no escapó a la problemática planteada. Los resultados presentados contestan positivamente a la pregunta de investigación, las técnicas programadas de imitación de papeles y modelamiento, sí lograron la modificación de la conducta alimenticia, pero la modificación es temporal. Esto nos señala, como ya se especificó, que la complejidad de factores que actúa sobre la conducta de consumo alimenticio, hace difícil su control.

El reconocimiento de la parte importante que tienen los padres en el desarrollo conductual del niño, nos lleva a considerar que son los padres quienes pueden, en el ambiente familiar, contrarrestar el efecto de las variables que afectan la conducta de consumo alimenticio. En este trabajo, se utilizó el entrenamiento a madres de familia como variable control. Los resultados obtenidos no fueron del todo lo positivos que se deseaba, ya que se encontraron algunos resultados negativos como:

- 1) Al pedirle a las madres su colaboración, que consistía en registrar los alimentos nutritivos y no nutritivos que consumían sus hijos, no entregaron los registros aduciendo diferentes causas.
- 2) Lo mismo sucedió con respecto al registro y análisis de los comerciales. No obstante, se encontraron resultados positivos:
 - 1) Las madres asistieron a las pláticas.

2) Colaboraron en la realización de los periodos de evaluación - trayendo los alimentos estipulados.

3) Llevaron al jardín de niños los alimentos requeridos diariamente por sus hijos.

El que se hayan encontrado resultados negativos, demuestra de alguna manera, que el método seguido necesita, para ser efectivo, - una redefinición de actividades, y tal vez, un enriquecimiento de contenidos, que lleve quizás a un mejoramiento de los resultados_ obtenidos en referencia a la conducta de ingestión de alimentos - nutritivos de los niños. Se necesita estudiar e investigar más a_ fondo las variables que pueden contrarrestar el efecto de los fac_ tores que van en detrimento de la conducta alimenticia.

Las proposiciones que se plantean a continuación, intentan mejo_ rar la nutrición del preescolar.

a) Es necesario investigar los factores específicos que originan en cada contexto, la mala nutrición del preescolar.

b) El mejoramiento de la conducta de consumo alimenticio del pre_ escolar debe considerarse de manera integral, teniendo en - cuenta las características socio-económicas, demográficas y - culturales del niño.

c) Se debe considerar el entrenamiento a padres de familia, para que ellos desde el hogar, eviten el deterioro alimenticio de_ su familia, que tienda a un mejoramiento cuantitativo y cuali_ tativo de los hábitos alimenticios.

d) No sólo se debe perseguir cambiar la conducta y conocimientos

de los padres, sino establecer una nueva conducta alimenticia en el niño.

La batalla es larga, y en ella, los psicólogos habrán de desempeñar un papel primordial al lado de aquellos profesionales que estudian la nutrición, las causas de su desorden y sus efectos en el ser humano. Las investigaciones llevadas a cabo en el campo de la nutrición requieren más de nuestra atención y de realizar un trabajo más profundo y sistemático.

BIBLIOGRAFIA

- Acacio, E. El niño, la desnutrición y México. Publicación de la división de nutrición, Dpto. de difusión del Instituto Nacional de Nutrición, 1980.
- Adrados, I. La orientación del niño, ed. Kapelusz, cap 1, — 1973.
- Bandura, A., Walters H. Social Learning and Personality Development, ed. Holt, Rine-Hart and Winston, Inc. — cap 1.2 1963.
- Bandura, A. Principles of Behavior Modification, ed. Holt, — Rine-Hart and Winston, Inc. cap 3 1969.
- Bandura, A. Social Learning Theory, New York-Learning Press. cap 1, 1971.
- Breckkenridge., Murphy., Nesbitt. Crecimiento y Desarrollo del niño, ed. Interamericana. cap 5, 9, 1973.
- Calvillo, C., Marin M., Rodríguez M., Usobiaga. Aspectos psicológicos de la nutrición. Tesis de Licenciatura. Universidad Iberoamericana, 1980.
- Castellanos, M. El juego en la Educación, Prensa Médica Mexicana 1980.
- CEMPAE. Programa de salud en los centros de desarrollo infantil. cap 2,3 1980.
- Comstock, G., Chaffee, Katzman, McCombs. Television and human Behavior, New York, Colombia University Press, — 1978.
- ✓ Chávez, A., Martínez C. Nutrición y desarrollo infantil, ed. Interamericana, 1980.
- Chávez, A., La alimentación de los niños en México y su relación con los signos clínicos de la malnutrición. Publicado por la división de nutrición del INN, — 1963.
- Chávez, A., Arroyo., Ramírez J. Aspectos socio-económicos de los alimentos y la alimentación en México. Publicación de la división del INN, 1969.

- Erauscuin, M., Matilla L., Vázquez M. Los teleniños. Barcelona, ed LAIA, 1981.
- Escalante, F. La importancia de las actividades lúdicas en el proceso de socialización en los niños preescolares. Tesis de Licenciatura, UNAM, Cap. V, 1976.
- Esslin, M. El impacto de la televisión. Publicación Nueva - política. Vol 1, núm 3, Jul-Sep 1976.
- Galindo, Z. Publicidad Dinámica. Ed. Herrero, 1975.
- Golberg, M., Gorn., Gibson. TV Messages for snack and Break-fast foods: do they influence children preferences? Journal of consumer research, vol 5, 1978,-73-81.
- Gardner, H. Developmental Psychology, Little, Brown and company/Boston-Toronto, cap 5, 1978.
- Gutiérrez, V. Televisión, consumo e ideología. Publicación Nueva política. vol 1, núm 3, 1976.
- Hourez, F. Tratado de publicidad directa. Barcelona, Luis - Miracle Editor, 1958.
- Hurlock, H. Desarrollo psicológico del niño. ed. McGraw Hill cap 10, 1975.
- Hutt, L., Gwyn., Gibby. El niño: Desarrollo y Adaptación, -ed. Continental, cap 6, 1962.
- INCO., Instituto Nacional del Consumidor, Proyecto de - investigación. Sin publicar. 1980.
- Jersild, A. Psicología del niño. EUDEBA editorial universitaria de Buenos Aires. cap 16, 1969.
- Lane, H., Beuchamp. Comprensión del desarrollo humano. México, ed. Pax, cap 15, 1967.
- Madrigal, A. Los niños son así... ed. Jus, cap 7, 1973
- Mayesky, M., Newman., Wlodkwaki. Actividades creativas para - niños pequeños, ed. Diana, cap 6, 1980.
- Mischel, M. Introduction to personality, Holt Rine-Hart and - Winston, Inc. cap 15, 1971.

- Nagera, P. Educación y desarrollo emocional del niño; ed. - Prensa médica Mexicana, cap 10, 1959.
- Oerter, R. Moderna Psicología del desarrollo, ed. Herder, - cap. 10, 1975.
- Peinado, J. Paidología: Psicología infantil, México ed. — Porrúa, cap 7, 1958.
- Revista del Consumidor. Alimentos "chatarra" ¿Los niños son lo que comen? Publicada por el INCO, núm 50, — abril, 1981.
- Revista del Consumidor. "Cuando las ilusiones se hacen polvo" Publicado por el INCO, núm 41, jul, 1980.
- Revista del Consumidor. Análisis de 100 golosinas. Publicado por el INCO, núm 69, nov. 1980.
- Revista del Consumidor. Publicidad para niños: Escuela de — consumistas, Publicada por el INCO, núm 36, feb. 1980.
- Ruiz, A. Historia natural del niño y paidología, Morales — Hnos. impresores, cap 6,7 1966.
- Sandstrom, C. Psicología del niño y del adolescente, ediciones Morata, cap 11, 1968.
- Siegel, S. Estadística no paramétrica, ed. Trillas cap 4, - 1978.
- Scharman, C. La ciencia de la comunicación humana. México, ed Roble, 1975.
- Spiegel, M. Estadística, ed. McGraw-Hill, cap 7, 1970.
- Stone, J., Church J. La niñez y Adolescencia. Buenos Aires, ed. Paidós, cap 4,5 1971.
- Toussanit, F. Crítica de la información de masas. México, ed. — Trillas, 1981.
- Wolff, W. La personalidad del niño preescolar, ed. EUDEBA, cap 4, 1962.
- Whitehurst, V. Child Behavior, ed. Houghton mifflin company, cap 5, 1977.

PUBLICACIONES DEL DIARIO

El Universal. Alimentos perjudiciales para la salud consume - el mexicano, 7 Oct, 1982.

La Prensa. Peligrosos para la salud, alimentos industrializados, nov. 1982.

APENDICE A

DEFINICION DE CATEGORIAS CONDUCTUALES UTILIZADAS EN LOS FORMATOS DE REGISTRO.

Ingestión de alimentos: Acción de introducir por la boca en el estómago los alimentos.

Alimentos nutritivos: Alimentos que tienen sustancias asimilables por el organismo y causan un reparo, aumento, actividad o fuerza de sus pérdidas materiales y energéticas.

Alimentos no nutritivos: Alimentos que tienen sustancias asimilables por el organismo que no causan un reparo, aumento, actividad o fuerza de sus pérdidas materiales y energéticas.

PERIODO DE IMITACION DE PAPELES.

Conducta de imitación de papeles: Reproducción de las conductas físicas y/o verbales de los personajes de una narración.

Conducta Física: Cualquier conducta motora que tenga por objeto imitar la conducta motora de un personaje.

Conducta verbal: Cualquier conducta vocal que tenga por objeto imitar la conducta vocal de un personaje.

Producción de consecuencias positivas: Cualquier conducta que tenga por objeto imitar las consecuencias positivas dadas o recibidas por un personaje.

PERIODO DE MODELAMIENTO.

IZT. 1000229

Conducta de modelamiento: Representación de una narración por medio de títeres.



APENDICE B

CODIGO DE ALIMENTOS NUTRITIVOS

CARBOHIDRATOS

A - Arroz
 T - Trigo
 M - Maíz
 P - Papa

GRASAS

Ag - Aguacate
 Mant - Mantequilla
 C - Cacahuate
 Nu - Nuez

PROTEINAS

CR - Carne Roja
 CB - Carne Blanca
 F - Frijoles
 H - Huevo

VITAMINAS

M - Manzana
 P - Plátano
 Na - Naranja
 G - Guayaba

CODIGO DE ALIMENTOS NO NUTRITIVOS

PASTELILLOS

G - Gansitos
 Ping - Pingüinos
 Sub - Submarinos
 Rc - Roles de canela
 Do - Donas

FRITURAS

Pa - Papas
 Ch - Cheetos
 Chi - Chicharrones
 Ft - Fritos
 D - Doritos

BEBIDAS

R - Refresco
 F - Frutsi
 J - Jumex
 B - Boing

APENDICE C

FORMATO DE REGISTRO DE ALIMENTOS NUTRITIVOS																	
FECHA:										REGISTRO DE L.B. #							
CARBOHIDRATOS					GRASAS				PROTEINAS				VITAMINAS				
S	A	T	M	P	As	Mant	C	Nu	CR	CB	F	H	M	P	Na	G	
1																	
2																	
3																	
4																	
5																	
6																	
7																	
8																	
9																	
10																	
11																	
12																	

FORMATO DE REGISTRO DE ALIMENTOS NO NUTRITIVOS														
FECHA:										REGISTRO DE L.B. #				
PASTELILLOS					FRITURAS					BEBIDAS				
Ss	G	Pin	Sub	Rc	Do	Pa	Ch	Chi	D	Ft	R	B	F	J
1														
2														
3														
4														
5														
6														
7														
8														
9														
10														
11														
12														

APENDICE D

FORMATO DE REGISTRO		IMITACION DE PAPELES					
FECHA:	Ss	2	4	6	9	10	12
CONDUCTA FISICA							
CONDUCTA VERBAL							
PRODUCCION DE CONSECUENCIAS +							

FORMATO DE REGISTRO		MODELAMIENTO					
FECHA:	Ss	2	4	6	9	10	12
PREGUNTAS CON REPE- RENCIA A- LA CAUSA- DE LA PRO DUCCION - DE CONSE- CUENCIAS- POSITIVAS	A						
	B						
	C						
	D						
OBSERVACIONES							

APENDICE E

FORMATO DE REGISTRO CORRESPONDIENTE A LA SESION 2. DEL ENTRENAMIENTO A MADRES

En el extremo izquierdo se encuentra el número de madres participantes. Le siguen las casillas de respuesta correcta e incorrecta y ejemplos. En cada celdilla se coloca una cruz en caso de ser respuesta incorrecta y una paloma en caso de ser respuesta correcta. El número de celdillas en respuesta correcta e incorrecta es 4, ya que los conceptos que se piden son: reforzamiento, reforzamiento tangible, reforzamiento social y aprendizaje. En la categoría designada como ejemplos se deja arbitrariamente tres celdillas para los ejemplos correctos e incorrectos. Se computa el porcentaje de respuestas correctas e incorrectas.

Definición de respuestas correctas: Que haya una correspondencia de 1 a 1 entre el concepto y la respuesta.

Criterio de ejecución: El porcentaje de respuestas correctas obtenidas es el 100%. Si no se cumple con este criterio se repite la plática de manera grupal.

APENDICE E

SESION 2											
Ss	R. CORRECTA				R. INCORRECTA				EJEMPLOS		
	A	R	R.T	R.S	A	R.T	R	R.S	C	1	
1											
2											
3											
4											
5											
6											

FORMATO DE REGISTRO		FASE IV	
	ALIMENTO INGERIDO	FACILIDAD	DIFICULTAD
DESAYUNO			
COMIDA			
CENA			
DESAYUNO			
COMIDA			
CENA			

APENDICE E

Se utiliza otro formato de registro, con el objeto de obtener información de los alimentos no nutritivos que consume el niño fuera de los horarios de alimentación normal, en el hogar. El formato de registro consta de dos casillas, una designada para la anotación de la hora de ingestión y la otra casilla para anotar el alimento ingerido.

HORARIO	A. NO NUTRITIVO

.....	

APENDICE F

CONSECUENCIAS POSITIVAS CONTENIDAS EN LAS NARRACIONES.

GENERALES

Crecer sanos (salud)

Aprender más rápido (Aprendizaje)

Tener más ganas de estudiar (Aprendizaje y energía)

Jugar por tener energía (energía)

PARTICULARES

Ser más grandes (crecer)

Ser más fuertes (Tener mucha energía)

Entender todo lo que dice la maestra (aprender)

Tener más energía para hacer la tarea (actividad)

Poder jugar todo lo que quieran, ya que son fuertes y ágiles.

No enfermarse seguido (salud)

Tener los dientes sanos(salud)

APENDICE G

JUSTIFICACION DE LA ELECCION DE LOS ALIMENTOS NUTRITIVOS Y NO NUTRITIVOS EN LAS NARRACIONES

Los seres vivos para poder realizar sus funciones, necesitan de una fuente de energía, puede ser de origen orgánico y se clasifican en: hidratos de carbono (carbohidratos): grasas (lípidos) y proteínas.

Otra clase de alimentos que necesita el organismo, son, el agua y las sales minerales de origen inorgánico. Y las vitaminas, que son complementos alimenticios de origen orgánico. Todos estos elementos cumplen un papel para la supervivencia del hombre. Un desequilibrio de estos elementos manifestado como carencia, causa la desnutrición.

La elección de los alimentos nutritivos se realizó en base a los requerimientos observados por el Instituto Nacional de la Nutrición (Chávez, Bourges, Arroyo 1970). Y el cuadro del Sistema Alimentario Mexicano, en cuanto a una dieta que aporte las calorías necesarias para el buen funcionamiento del organismo.

Otro criterio tomado, es que los alimentos elegidos puedan ser ingeridos como refrigerio en el horario de recreo, esto es, que no requieran una gran elaboración para su consumo y estén al alcance económico de la población elegida.

En cuanto a los alimentos no nutritivos, según datos aportados por el Instituto Nacional del Consumidor (1980) se pueden encontrar en el mercado 132 productos procesados de consumo alimenticio que pueden clasificarse en: Frituras, Pastelillos y Bebidas. Tomándose como muestra 5 productos denominados como frituras, 5 como pastelillos y 4 como bebidas.

APENDICE H

NARRACION 1

TITULO: AMIGOS

Había una vez un niño que se llamaba Pepe. Vivía con sus papás y hermanos. Al regresar de la escuela iba con sus amigos a jugar al parque. Cuando terminaban de jugar compraban en la tienda de Don Poncho, gansitos, papas y refrescos.

Pepe y sus amigos, al llegar a sus casas, no querían comer - lo que su mamá les hacía; arroz con aguacate, carne, y de fruta, - una rica manzana. En la calle donde vivía Pepe se cambió un niño que se llamaba Luis. Pepe y Luis se hicieron amigos. Pepe invitaba a Luis a comer gansitos, papas y refrescos. Luis le dijo a Pepe que no comiera mucho de esos alimentos antes de comer, porque le quitaría el hambre y no comería lo que le daba su mamá.

Y deben comerlo, le decía Luis, porque si comes bien, crecerás mucho y serás más fuerte... Y colorín, colorado, este cuento se ha terminado.

NARRACION 2

TITULO: LA TIENDITA

Erase una vez, una viejecita llamada Pachita, que tenía una tiendita, conocida por todos. Doma Pachita tenía en su tiendita - dos fotos; una de un ratoncito y la otra de un pingüino que comían cheetos, pingüinos y jumex. Decían que comiéndolos iban a ser más fuertes. Comían todos los días cheetos y pingüinos, pero no crecían ni se sentían fuertes.

Un día Pachita puso en su tiendita una foto de una osita que daba de comer a su hijito, pescado, pan y fruta, porque comer — esos alimentos hacía que su hijito el osito fuera fuerte y grande. Los niños vieron la foto de la osita, y comieron pescado, pan y - plátanos. Y comenzaron a crecer fuertes y altos. Y... colorín, - colorado, este pequeño cuento ha terminado.

TITULO: LA ESCUELITA

Comienzan las clases y los niños tienen que ir al jardín de niños. El primer día conocen a sus compañeritos y a su maestra. La maestra quiere que sean amigos y jueguen juntos. Comienza la clase y todos oyen lo que la maestra dice. De pronto se oye una campaña ¡tan, tan, tan!, ¡a recreo, a recreo!; todos guardan sus cosas y se preparan para salir del salón. La maestra dice que saquen lo que su mamá les puso de comer o su dinero para comprar. Todos los niños salen riendo del salón y comienzan a jugar, correr, brincar, cantar... Alejandro, Jorge y Luis juegan a los encantados. Sara y Olga, a la pelota.

La maestra, que los está viendo, sabe que no se cansan de jugar, porque son fuertes y sanos. Comen las tortas de huevo con frijoles y agua de frutas que les trajo su mamá. No comen sólo submarinos, chicharrones y boing. Todos los niños de esa escuela ahora juegan mucho y siempre tienen energía, porque comen buenos alimentos. Y, por fin decimos, FIN.

TITULO: EL MERCADITO

Todos los días Pablo y Susy le ayudan a mamá a tener limpia la casa. Cuando terminan van al mercado. A Pablo y a Susy les gusta ir con su mamá al mercado, porque ahí ven muchas cosas bonitas, flores de brillantes colores, mucha gente platicando, los vendedores gritando que les compren, lo que venden, ven pequeños juguetes y muchas cosas más. Pero lo que más les gusta es que su mamá les compra fritos, roles de canela y un refresco.

Una vez mi mamá los llevó al dentista y les dijo que sólo deban comer fritos, roles de canela y refrescos después de haber comido lo que su mamá les da, como, carne, papas cocidas y fruta. Además de lavarse los dientes después de cada comida, para que estén fuertes y tengan los dientes sanos. Colorín, colorado, este cuento ha terminado.

TITULO: EL SALÓN 3 "A"

Había una vez, un jardín de niños llamado "Duende", que tenía unos alumnos muy alegres y sobre todo sanos. En este salón había dos niños y una niña que a la hora de recreo comían donas, doritos y frutsi. En su casa no comían huevo, papas, nueces y guayaba. Los demás niños del salón 3 "A" comían lo que su mamá les preparaba, por eso, aprendían lo que la maestra les explicaba y les daban ganas de saber más cada día. Los del 3 "A", como eran buenos amigos, ayudaron a los tres niños que no comían huevo, papas, nueces y guayabas. Les dijeron que no comieran sólo donas, doritos y frutsi. Lo que deben comer son los alimentos que les da su mamá, porque les dan energía para aprender. Los tres niños les hicieron caso a sus compañeritos, y así, el salón 3 "A" fue el que sacó las mejores calificaciones del jardín de niños, y así, el salón 3 "A" tuvo los alumnos más fuertes y sanos... Y decimos, se acabó.

TITULO: UNA TARDE EN CASA

Comienzan las caricaturas, se prende la televisión en la casa de Lalo. En la televisión dicen: niños, niños, atención! ¡compren deliciosas friturangas! ¡papas, papitas, papotas! ¡compren, compren! ¡el delicioso pas...telito gan...sito! ¡y su frutsi de fruta... ¿de fruta? bueno, no importa... frutsi de sabores.

De pronto, Soco grita: ¡oigan! se me ocurre algo... ¿no quieren un gansito, unas papas y un frutsi? ¡Sí, sí!, contestan todos los hermanos de Lalo. Llega su amiguito Paco, y los invita a jugar, pero Lalo y sus hermanos no quieren ir a jugar. Paco le cuenta a su mamá que su amigo Lalo no quiere jugar con él, porque sólo está comiendo lo que sale en la televisión. Su mamá le prepara a Paco pan con mantequilla, nueces y fruta, y se los da a Lalo y sus hermanos.

Así, todos los días Paco, les lleva los alimentos que le da mamá. Un día Paco los invita a jugar y todos dicen que sí, porque tienen ganas de jugar, tienen energía y son fuertes, porque comen buenos alimentos. Todos sonrientes juegan y se divierten. Y con esto decimos, ¡este cuento se acabó!

NARRACION 7

TITULO: EL DIA DE CAMPO

Vamos, vamos de día de campo, dicen los niños. Vamos a preparar nuestras cosas para ir a pasear. Su maestro lo arregla todo y salen de día de campo. Todos cantando, riendo, esperan llegar al campo. Por fin llegamos, dice uno de ellos, que va viendo el camino. Corren a buscar un lugar bonito, que tenga mucho pasto, flores y árboles. Se ponen a ver lo lindo que es todo, qué verdes — son las hojas y grandes los árboles y cómo vuelan y vuelan las mariposas. Todos se ponen a jugar. Pasa un rato y se oye: ¡a comer! todos se acercan al maestro y les sirve de comer, carne, arroz — con aguacate, agua de naranja y de postre una rica manzana. Un niño le pregunta a su maestro: ¿oiga maestro, por qué esos árboles son tan grandes y fuertes? ¿por qué todas las mariposas no se cansan de volar? El maestro contestó: Porque todas las cosas del campo se alimentan bien, ellos, comen lo que su cuerpo necesita. Por eso, si nosotros nos alimentamos bien, seremos como ellos, — fuertes y sanos. Alimentos como los que acabamos de comer nos dan fuerza, en cambio los pingüinos, cheetos y jumex, no nos dan lo — que necesitamos. Y colorín, colorado, hemos terminado.

TITULO: LA FIESTA DE DISFRACES

Un día, unos niños no sabían a qué jugar. De pronto, se oyó la voz de Andrés: Amiguitos, ¿jugamos a la fiesta de disfraces? - ¡Sí!, jugaremos a disfrazarnos de comida. Todos fueron a sus casas a traer lo que necesitaban. Unos niños trajeron pedacitos de tela, dibujos, estampas de frijoles, cacahuates y naranjas. Los que trajeron las estampas de frijol serán el Sr. y la Sra. frijol, los que trajeron las estampas de cacahuates serán el Sr. y la Sra. cacahuate. Muy bien, dijo Beto, pero, quiénes serán las golosinas. El Sr. pingüino, la Sra. cheetos y el joven frutsi.

Unos niños se pusieron sus disfraces y pusieron su tiendita. Otros niños serían los compradores. Los niños que iban a comprar golosinas saben que deben comerlos sólo después de haber comido los frijoles, cacahuates y la manzana. Cuando acabaron de jugar, todos los niños se pusieron a platicar de los alimentos que les hace tener energía, ser fuertes y sanos.

TITULO: LOS CUATRO TESOROS

Erase que se eran seis hermanos, que se querían mucho. Sólo_ que no querían comer lo que su mamá les daba. Su mamá, al verlos se preguntaba: ¿Qué les pasará a mis hijitos? Un día, llegó a su casa un viejecito que pidió un poco de agua. La señora se la dió_ y le platicó lo que le pasaba a sus hijos. ¡Oh!, no se preocupe,_ dijo el viejecito, lo único que necesitan sus hijos, es comer los cuatro tesoros, antes que cualquier otra cosa. Cuando se fue el - viejecito, llegaron los seis hermanos y su mamá les contó lo que_ había dicho el anciano. Todos se preguntaron, ¿comer cuatro tesoros? pues qué fácil, iremos a comprarlos a la tienda. Trajeron — submarinos, chicharrones, roles de canela y boing. Comieron mucho, pero seguían sin comer lo que les daba su mamá. Entonces, el hermano más pequeño, seguía preguntándose, ¿cuatro tesoros? ¿cuáles_ son? ¿serán los alimentos naturales? ¿serán esos alimentos los — que nos dan energía para hacer la tarea, jugar y aprender? Sí, — creo que sí, se lo diré a mis hermanos. Los alimentos como la car_ ne, las papas, las nueces y las frutas. Los hermanos comenzaron a comerlos y no tuvieron ya problemas, fueron sanos.

TITULO: LA VISITA A LA GRANJA

Este es el cuento de una familia que vivía en la ciudad. Se acercaban las vacaciones y todos, desde papá a los niños, quieren ir a la granja del tío Noé. Ahí pueden ver muchos animalitos, y podrán bañarse en el río. Llegan a la granja y el tío Noé con su esposa, salen a recibirlos. Los niños, como lo esperaban juegan -- con los animalitos, corren por el campo y comen cosas sabrosas. -- Los huevos de las gallinitas, la leche de blanquita la vaca, carne y muchas frutas.

Como están varios días en la granja, ven que los hijos del tío Noé son altos, fuertes y sanos. El tío Noé les dice que para tener fuerzas coman carne, huevos y frutas, y no lo que venden -- en la ciudad, como: roles de canela, fritos y refrescos, antes de la comida. Ahora, la familia del campo y la de la ciudad, son igual de fuertes y sanos. Y tararán, tirirín, este cuento se acabó.

NARRACION 11

TITULO: EL PROGRAMA DE TELEVISION

Como todos los días, donde hacen los programas de televisión se encuentran trabajando personas grandes y chicas. Los niños que anuncian las donas, los doritos y el frutsi, dicen que son buenos alimentos. Los niños que ven la televisión creen lo que dicen los comerciales, por eso comen a toda hora, donas, doritos y frutsi, pero si mejor anunciaran que los niños comieran pescado, pan con mantequilla y agua de frutas, los niños serían más grandes, fuertes y sanos. Por eso, jugaremos a hacer nuestros comerciales, — anunciando lo bueno que es el pescado, el pan con mantequilla y las frutas. Anunciando que nos dan energía y nos dejan estar sanos.

Y ahora, amiguitos, a hacer comerciales 1, 2, 3, cámara... - acción...

NARRACION 12

TITULO: LA COMIDITA

Un día jugaban a la comidita unos niños. Unos iban al mercado, otros a trabajar, otros arreglaban la casa. Los que fueron al mercado trajeron tortillas, frijoles, cacahuates y naranjas. Y como los niños sabían cuáles son los alimentos buenos para su cuerpo, jugaron a que tenían muchas energías, fuerzas y que aprendían mucho.

Cuando terminaron de jugar, quisieron que todos los niños jugaran como ellos sabiendo que los gansitos, papas y jumex no les dan la energía que necesitan. Y colorín, colorado, este cuento se ha terminado.

APENDICE I

PLATICA 1

Se habla mucho de la desnutrición en México; pero hasta qué punto los mismos mexicanos están enterados de lo que esto significa, y cuáles son los canales por los cuales este fenómeno, si es que se le puede llamar así, se hace patente en la vida cotidiana. Pues bien, cuando hablamos de nutrición y su contrario, desnutrición, viene a nuestra mente, por lo general, los conceptos de desarrollo económico y alimenticio, que nos lleva a un círculo vicioso que se interpreta así: la mala alimentación no permite que los trabajadores desarrollen todo su potencial físico y mental (eficacia y productividad), lo que lleva a un desarrollo socio-económico inadecuado, disminuyendo así, la producción y el ingreso, que a su vez, conduce a no poder consumir una dieta adecuada, y volvemos nuevamente a la desnutrición. Pero esta explicación general, no nos permite responder a nivel de nuestra vida diaria, cotidiana, que es lo que está pasando con nuestros hábitos alimenticios. Tenemos qué recurrir al análisis de factores o situaciones presentes en cada momento de nuestra vida. Este factor es, el aumento de la industrialización y comercialización de los alimentos, que con la ayuda de los medios masivos de comunicación, logran que la población mexicana modifique sus hábitos alimenticios. Si tomamos en cuenta que nuestra población infantil está expuesta diariamente a 4 o 5 horas, a el medio de comunicación más eficaz, la tele-

visión, donde se anuncian productos alimenticios no nutritivos, - rodeados de una aureola convincente de beneficios por su consumo, es obvio que los hábitos alimenticios de la población infantil se modifiquen. Si aunamos este factor con la situación socio-económi- ca del país, vemos que la desnutrición es un fenómeno multicausa- do, que no puede tomarse a la ligera. Por tanto, hay que hacer al- go cuando vemos que en las instituciones educativas este fenómeno se hace patente.

Por tal motivo, el proyecto pretende llevar a cabo, con su colabo- ración, la modificación de la conducta alimenticia inadecuada de- los niños. El cuerpo del proyecto engloba la utilización de dos - técnicas apropiadas para la edad de los niños, que permiten ser - utilizadas con el objeto mencionado. Tales técnicas son: el jue- go y la representación por medio de títeres. Programadas para ser utilizadas de la siguiente manera: Siendo el juego infantil, una- de las conductas que se presentan en la etapa infantil, y que con- tribuye en mucho al desarrollo de las habilidades motoras, verba- les e intelectuales del niño. El juego manejado adecuadamente pue- de funcionar como técnica de aprendizaje. La forma utilizada de - juego, son las presentaciones que hacen los niños de su medio am- biente. Jugando, los niños recibirán las consecuencias positivas- correspondientes a su consumo, "en el juego", de alimentos nutriti- vos. La situación con títeres lleva el mismo procedimiento, pero ahora los niños son espectadores.

Ustedes tienen en sus manos, con su colaboración, establecer un-

efecto positivo en sus hijos. Por tal motivo, la colaboración es_
de gran importancia, para poder modificar la conducta alimenticia
de los niños.

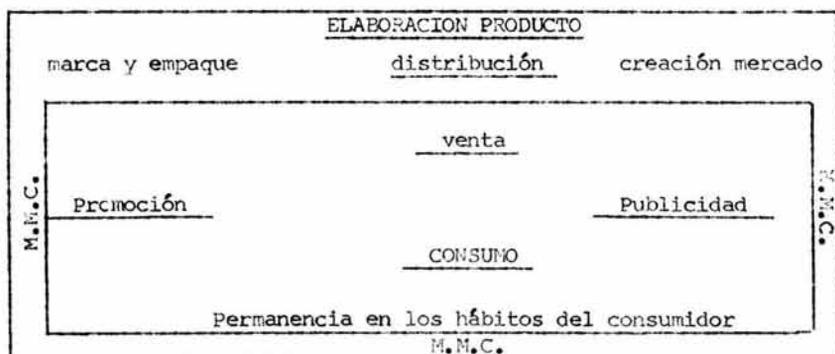
Uno de los problemas más graves a que se enfrenta en la actualidad, es la escasez de alimentos. Es tal la importancia de esta problemática que se han creado en diversos países, instituciones gubernamentales y científicas abocadas a buscar nuevas formas para producir alimentos y aún más, el abastecerlos. En México se presentan características peculiares, dada la situación socio-económica del país. Hablando en términos de porcentaje, se dice que el 40% consume alimentos altamente proteínados; 13% come de más y sólo el 7% de la población no está desnutrida. En cuanto a población infantil se refiere, se sabe que dos millones de niños que nacen anualmente, millón y medio nacerá con algún daño, causado por la desnutrición. Y uno de cada diez muere por la misma causa. Los efectos de la desnutrición en el niño son: detención del crecimiento, teniendo un efecto más marcado cuando más temprana es la desnutrición. La maduración ósea, afectando los huesos largos, las afecciones del aparato digestivo son más frecuentes. Se ha comprobado que la desnutrición grave puede afectar al tamaño y crecimiento de las células cerebrales, se producen efectos en la actividad general de los niños, la responsividad ante los estímulos del medio se ve igualmente disminuida. Estos elementos nos dan pauta para reconocer que la alimentación es de vital importancia porque interactúa directamente con todas las áreas del desarrollo humano (Chávez, 1979).

Los más altos índices de desnutrición se encuentran en el medio - rural y semi-urbano. Pero nos preguntamos: ¿Qué pasa con la pobla- ción urbana? Según el estrato social la alimentación varía, estan- do mejor alimentada la urbana. El Instituto Nacional de la Nutri- ción ha encontrado que la nutrición de los preescolares es insufi- ciente en casi todos los nutrimentos. Los signos más frecuentes - de desnutrición en ellos son: un crecimiento defectuoso y altera- ción nutricional de ojos y anemia (Chávez, 1963).

Otro estudio muestra que la población urbana consume más refres- cos, pastelillos y diversas golosinas, que la población rural, es- to se atribuye a los medios masivos de comunicación (Chávez, 1981)

PLATICA 3

El principal problema que tiene nuestro país, en materia de alimentos en el control que tienen las empresas trasnacionales sobre los alimentos, ya que controlan en gran porcentaje, la industrialización y comercialización de los mismos. Su desarrollo se debe en gran parte, a la utilización de la mercadotecnia (conjunto de técnicas de comercialización), llevada a cabo para satisfacer necesidades creadas, a partir del consumo de ciertos productos. El siguiente esquema nos muestra la estrategia de la mercadotecnia.



Teniendo la industria elaborado el producto, el paso siguiente es la creación del mercado, en donde se determina dónde se va a vender el producto, a quien va dirigido el producto. Establecida esta instancia, se le dota de una característica distintiva, para ser reconocido por el consumidor, la Marca. La venta y el consumo se eslabonan por medio de la utilización de los medios masivos

de comunicación (radio, televisión, etc.), que transmiten la pu-
blicidad y promoción del producto, que lleva a la permanencia del
producto, en los hábitos del consumidor, revirtiéndose este pro-
ceso nuevamente a su origen.

Los niños son "Bombardeados" por una publicidad que sugiere el —
consumo de productos no nutritivos, y de este modo se logra in—
cluir en los hábitos alimenticios de los niños. Según el Institu-
to Nacional del Consumidor, la publicidad crea un conocimiento —
falso del producto, y señalan como ejemplo los comerciales de be-
bidas donde se anuncia en el: Tang: que es un producto ideal, pa-
ra sustituir a el jugo de naranja, "sabe igual y es más fácil de_
preparar". Quick: Se presenta como un producto que además de te-
ner un delicioso sabor a chocolate, es altamente nutritivo. Lo -
único que el conejo recomienda en la merienda es Quick y el locu-
tor señala que la madre lo alimenta. En el caso de la Lechera: —
se asocia la idea de tomar la lechera con divertirse. Al igual —
que en el anuncio del Tang, fomentan la creencia de que es neces_a
rio consumirlo para ser feliz. Además de estos anuncios, el niño_
se enfrenta a otros que se cree van moldeando sus hábitos, sus —
preferencias y sus gustos. Tenemos los elementos que nos permiten
comprender la problemática a la que nos enfrentamos.

La utilización del vocablo aprendizaje es común, pero su cotidianidad conduce a que se pierda su verdadero significado. (Aquí se les pregunta a las madres lo que consideran aprendizaje). El aprendizaje, a través de diferentes épocas, ha sido interpretado y definido de forma diferente. Siendo muchas veces, estas definiciones, difíciles de comprender; como por ejemplo, la definición que dice que el aprendizaje es un proceso que se realiza dentro del cerebro y que consiste en el cambio de conexiones neurológicas. Sin embargo, dejando a un lado este tipo de definiciones, podemos definir el aprendizaje como un cambio de conducta producido por una situación específica, es decir, ¿cuándo decimos que una persona ha aprendido algo? Cuando vemos que hace algo que antes no hacía, ese algo es una conducta que podemos observar. De ahí que el aprendizaje se pueda definir como un cambio de conducta. Una gran parte de la conducta de los niños es aprendida. Así, su conducta de comer también ha sido aprendida, ya que ellos no nacieron sabiendo qué alimentos se pueden comer y cuáles no. Sin embargo, como ya se señaló, la influencia del medio ambiente, en este caso es específico, los medios masivos de comunicación, han hecho que el niño tenga a veces un conocimiento falso sobre determinados productos que no son nutritivos, y por tanto, causan un detrimento en su organismo. Pero así, como el niño ha aprendido que tales alimentos son "buenos", también pueden aprender que no todo lo que

se anuncia en la televisión es cierto.

Para que cualquier ser humano se sienta satisfecho de su conducta y la vuelva a repetir, necesita que le den apoyo, valía, y aún — más, que le reconozcan lo bueno o adecuado de su comportamiento, por eso, los niños en esa etapa de aprendizaje continuo necesitan que las personas que los rodean reconozcan cuando hacen algo bien. Reforzamiento quiere decir, darle al niño apoyo y cariño, cuando realiza alguna conducta que queremos que haga porque es beneficio para él. En este caso, queremos que modifique su conducta inadecuada de ingestión de alimentos. Para que tal conducta se produzca y se mantenga, necesitamos que se refuerce su conducta, ¿CÓmo? Existen dos clases de reforzamiento: A uno le llamamos reforzamiento tangible o arbitrario, y consiste en darle al niño juguetes, pelotas, etc., inmediatamente después de que realice la conducta que deseamos. O bien, dándole reforzamiento social que puede consistir en alabanzas: — ¡Qué bien que mi hijito comió carne! ¡Bravo, así se hace! etc. — O, contacto físico, darle un beso, un abrazo, inmediatamente después de presentada la conducta. El cuándo reforzar puede variar dependiendo de la conducta de que se trate, por ejemplo, reforzar al niño inmediatamente después de presentada la conducta: después de que disminuyó su ingestión de pastelillos a un número determinado: después que comió todo lo — que su mamá le dió durante una semana, etc. Estos ejemplos muestran el cuándo, pero lo que se tiene que tomar en cuenta, es que

el reforzamiento tiene que darse como consecuencia positiva (agradable) a su conducta de ingestión de alimentos nutritivos. Debido a la naturaleza del objetivo que perseguimos, la clase de reforzamiento que se utiliza es el reforzamiento social. El reforzamiento aplicado continuamente (siempre que se presenta la conducta) - hace que la ingestión de alimentos nutritivos se presente frecuentemente y la conducta de ingestión de alimentos no nutritivos se presente con menos frecuencia.

PLATICA 5

Situación 1: Se les pide a las madres que a la hora de la comida, les platicuen a sus hijos sobre las consecuencias positivas que - obtendrán al ingerir los alimentos nutritivos que se les da.

Situación 2: Que inmediatamente después que sus hijos emitan la - conducta deseada, les refuercen su conducta socialmente.

Situación 3: Se les pide que diariamente, cuando menos media hora mínimo, se sienten a ver la televisión con sus hijos, viendo los programas que a ellos les agradan y en el horario en que ellos acostumbren, analizando junto con ellos, los comerciales de alimentos no nutritivos que pasan en ese periodo de tiempo; tomando en cuenta para el análisis: a) Lo que ofrece el comercial por ingerir el producto.

b) Qué clase de eventos agradables manejan (muñecos, juegos, animales, etc.)

c) Si menciona que este producto es mejor que los naturales.

d) Si menciona que su consumo es conveniente o bueno a todas horas del día.

Detectados los elementos, la madre explica al niño lo falso de tales comerciales y el porqué se consideran así, dándole ejemplos.

Se les pide a las madres que entreguen un registro de los comerciales analizados.

Situación 4: Se les pide a las madres que al menos tres días a la semana (como mínimo) propongan a los niños jugar al "día festivo de los alimentos". Que consiste en decirle a los niños, "ahora es el día festivo de la zanahoria", y por eso, ella se sentirá feliz porque nosotros sabemos que es buena (nutritiva) y la comemos en una rica crema de zanahoria. Mencionando las consecuencias positivas obtenidas por su consumo.