



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN

LA OPINIÓN PÚBLICA DE LA AUDIENCIA INFANTIL DEL PROGRAMA
DISNEY CLUB DE TV AZTECA RESPECTO A FORMA Y CONTENIDO

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

P R E S E N T A:

MÓNICA ADRIANA OROZCO GUDIÑO

ASESOR: LIC. OLGA GALLO ROMO

Acatlán, Estado de México

Agosto 2006



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.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
Capítulo 1. Marco Conceptual	
1.1 Teoría General de Sistemas.....	7
1.1.1 Concepto de Sistema.....	7
1.1.2 Análisis de la organización de los sistemas.....	8
1.1.3 Componentes de un sistema.....	9
1.1.3.1 Selección de los componentes de un sistema.....	9
1.1.3.2 Distinción de los elementos de un sistema.....	10
1.1.3.3 Relación entre los elementos de un sistema.....	11
1.2 Análisis Sistémico.....	11
1.3 Modelo Dialéctico.....	13
1.3.1 Componentes del sistema comunicativo.....	13
1.3.1.1 Actores.....	14
1.3.1.2 Instrumentos.....	14
1.3.1.3 Expresiones.....	15
1.3.1.4 Representaciones.....	16
1.4 El sistema de la Opinión Pública.....	16
1.4.1 Componentes de la opinión pública.....	17
1.4.2 Identificación de los elementos de la opinión pública en el referente a estudiar.....	18
1.4.3 Referentes públicos.....	19
1.4.4 Concepto de opinión pública.....	20
1.4.5 Características de opinión pública.....	20
1.5 Teoría de la mediación social.....	21
1.5.1 Plano Mediacionales.....	21

1.5.2 Plano de los principios.....	22
1.5.3 Plano de la situación.....	23
1.5.4 Plano de la mediación.....	23
1.6 La investigación por encuestas.....	24
1.6.1 Origen de las encuestas.....	24
1.6.2 Virtudes de la investigación por encuesta.....	25
1.7 Perspectivas actuales de la opinión pública.....	26
1.7.1 Vertientes actuales de la opinión pública.....	26
1.7.2 Diferencia entre encuesta y sondeo.....	27
1.7.3 Diferencia entre el modelo de la ilustración y la actualidad...	28
1.8 Datos sociodemográficos.....	30
 Capítulo 2. Marco Contextual	
2.1 Antecedentes de TV Azteca.....	42
2.2 Historia de TV Azteca.....	44
2.2.1 Los postores.....	45
2.2.2 Los primeros pasos de TV Azteca.....	47
2.3 Historia de la programación infantil de TV Azteca.....	49
2.3.1.1 Caritele.....	50
2.3.1.2 Bucaneros.....	53
2.3.1.3 La hora de los chavos.....	53
2.3.1.4 Nintendomanía.....	54
2.3.1.5 Los cuentos de Cachirulo.....	55
2.3.1.6 Disney Club.....	56
2.3.1.7 Cybercuates.....	56
2.3.1.8 Kolitas.....	57

2.3.2 Organigrama del departamento de entretenimiento de TV Azteca.....	59
2.4 Historia de programa Disney Club	60
2.4.1 Antecedentes.....	60
2.4.2 Actualidad del programa Disney Club.....	64
2.4.3 Organización hoy día del programa Disney Club.....	66
2.4.4 Funciones del personal del programa Disney Club.....	67
2.4.5 Explicación del referente a estudiar.....	70
2.5 Filosofía TV Azteca.....	71
2.5.1 Misión.....	71
2.5.2 Visión.....	71
2.5.3 Valores.....	72
2.5.4 Relación de TV Azteca con la audiencia infantil.....	77
2.5.4.1 Veracidad.....	78
2.5.4.2 Objetividad.....	78
2.5.4.3 Universalidad.....	79
2.5.4.4 Espíritu constructivo.....	79
2.5.4.5 Pertinencia.....	79
2.5.4.6 Comprensión.....	80
2.5.4.7 Responsabilidad.....	80
2.5.4.8 Universalidad.....	81
2.5.4.9 Programación.....	82
2.6 Justificación.....	82
 Capítulo 3. Metodología de elaboración del cuestionario	
3.1 Sistema hipotético.....	86
3.2 Relación del Marco Conceptual con la tabla de operacionalización	88
3.3 Elaboración de la tabla de operacionalización.....	90

3.4 Criterios de arboreación.....	102
3.5 Tabla de equivalencias.....	103
3.6 Cuestionario previo.....	105
3.7 Reporte de prueba piloto.....	111
3.8 Cuestionario final.....	114
Capítulo 4. Levantamiento de datos	
4.1 Características de la población.....	120
4.2 Tipo de levantamiento.....	122
4.3 Reporte de levantamiento.....	125
4.4 Lectura de datos.....	128
4.4.1 Base de datos.....	128
4.4.1.1 Creación de base de datos.....	128
4.4.1.2 Base de datos del estudio.....	131
4.4.2 Lectura de tablas.....	131
4.4.2.1 Creación de tablas.....	131
4.4.2.2 Procedimiento para el llenado de tablas.....	133
4.4.2.3 Lectura de tablas del estudio.....	135
4.4.2.4 Análisis de resultados generales.....	136
4.4.3 Cruce de variables.....	146
4.4.3.1 Procedimiento para la lectura de cruce de variables.....	146
4.4.3.2 Cruce de variables sociodemográficas.....	148
4.5 Análisis de resultados.....	148
4.5.1 Interpretación de resultados por cruce de variables.....	141
4.6 Sugerencias.....	156
Conclusiones.....	159
Fuentes de información.....	167

INTRODUCCIÓN

La presente investigación expone los elementos que componen el programa televisivo Disney Club y a través de la Opinión Pública conoceremos la percepción de su audiencia, por lo que es importante aclarar ciertos aspectos en cuanto a los contenidos de los medios de comunicación masiva, en este sentido nos enfocamos exclusivamente en la TV.

La información difundida por la televisión propone a los receptores una cultura estandarizada, dirigida para todo el público, que es ejercido por los medios a través de la saturación de patrones de conducta que generan en los receptores modos de comportamiento uniformes, bajo la clasificación de “entretenimiento” y a su vez los individuos (entendiendo este concepto a nivel general, pero el público al que se refiere esta investigación es la audiencia infantil únicamente) que se exponen a los mensajes difundidos, no sólo los observan sino que los asimilan, es decir, los aplican a su vida cotidiana.

Contrario a lo que anteriormente se afirma, los investigadores Carlos Fernández y Pilar Baptista¹ dicen que son los niños y las niñas (en lo subsecuente niños) quienes usan a la televisión y no al revés.

¹ Carlos Fernández-Collado, et al. La televisión y el niño, Nueva Biblioteca Pedagógica 56, Oasis, México, 1986, pp. 71-79.

Los investigadores afirman que el niño tiene un conjunto de necesidades psicológicas naturales y otras generadas por el medio familiar y social así que buscan satisfacerlas, de tal modo que muchos niños encuentran placer en ver la televisión diariamente; pero también existen niños que buscan alivio a sus frustraciones y problemas.

Dicen que la actividad de recreación es también una necesidad natural y básica para la formación del niño. Dado que muchos programas infantiles ofrecen contenidos dinámicos, graciosos y emocionantes, los niños ven ampliamente satisfecha su necesidad de diversión.

Sin embargo, para el autor Guillermo Orozco², las razones de los niños para ver televisión pueden dividirse en:

1. Aquellas relacionadas con la actitud del niño hacia el contenido del programa y
2. las vinculadas a la satisfacción de necesidades psicosociales infantiles.

El primer punto se divide en tres categorías:

- a) Que el programa le guste
- b) Que le parezca interesante
- c) Lo perciba entretenido.

El segundo punto se correlaciona con las siguientes funciones del televisor: entretener, hacerle pasar el tiempo, acompañarlo, animarlo y enseñarle.

² Guillermo Orozco, Cultura y televisión: de las comunidades de referencia a la producción del sentido en el proceso de percepción, ediciones de La Torre, Universidad Iberoamericana, pág. 266-274.

Por lo antes expuesto, se comprende que no es posible generalizar todas las situaciones de percepción televisiva, debido a que sobre este tema existen diferentes posturas, así como una variedad considerable de autores.

Pese a ello, se puede afirmar que el fenómeno de los efectos no se reduce al momento de la observación del programa, debido a que los discursos televisivos no son mensajes que se reciben y se acumulan, sino que generan conductas y actitudes a corto, mediano y largo plazo.

El niño a partir de los tres o cuatro años aproximadamente requiere elementos materiales o representaciones concretas para poder jugar, y la televisión ofrece una variedad de seres fantásticos para estructurar sus juegos, es decir, intenta cubrir las necesidades antes mencionadas.

La presencia de los programas educativos institucionales de televisión y de algunas películas de contenido político, cultural o social de ritmo lento, han generado prejuicios contra los contenidos educativos en general, por lo que prevalece la creencia de que los contenidos con fines educativos son aburridos y de difícil comprensión, en comparación con los géneros comerciales y de entretenimiento, como telenovelas, concursos y demás emisiones que debido a su finalidad son elaborados de una forma dinámica y de fácil comprensión.

En México no se destinan suficientes recursos humanos, tecnológicos y económicos a la producción de material educativo para televisión, por que algunos ejecutivos de televisión no lo consideran un negocio rentable, por ende, los productores que hacen televisión de corte educativo no cuentan con recursos necesarios, y además se enfrentan a las exigencias de públicos habituados a la calidad de imágenes, sonidos y efectos especiales de las producciones televisivas y cinematográficas realizadas con cuantiosos recursos y sofisticadas tecnologías.

Con este antecedente y pensando en cubrir estas necesidades Disney Club nace con la idea de otorgar un entretenimiento que proporcione las herramientas para que los niños se interesen en aspectos culturales, deportivos, tecnológicos, y científicos, es decir, intenta aportar una nueva opción entre la programación ya existente.

La producción Disney Club reconoce que muchas veces los niños tienen a su disposición el control del televisor y sintonizan cualquier programa. De ahí su responsabilidad por ofrecer un producto confiable y de calidad. Sin caer en el aburrimiento.

Con el fin de cumplir con los requerimientos mínimos para obtener un nivel de calidad en la programación habitual, la producción de Disney Club se interesó en aplicar un estudio de Opinión Pública.

Esta investigación partió de la selección de la teoría (Teoría General de los Sistemas), que permitió analizar a la Opinión Pública desde el punto de vista sistémico y la identificó como un subsistema del Sistema Comunicativo, debido a que comparte sus mismos elementos estructurantes que son: actores, expresiones, instrumentos y representaciones.

Posteriormente se indagó el contexto en el cual se encontró inmersa la producción televisiva Disney Club, con el fin de conocer a fondo el referente a estudiar.

Con base en la información obtenida se creó la tabla de operacionalización, que hizo posible la encuesta, la cual es el sustento de esta investigación, porque de ella nació el cuestionario, instrumento utilizado para obtener una aproximación a la audiencia infantil y conocer su opinión.

La técnica de levantamiento empleada fue “La muestra no probabilística” que por sus características es la que más se ajustó a la investigación. Posteriormente se aplicaron los cuestionarios. Una vez realizado este procedimiento se organizó la información obtenida la cual está presentada gráficamente para su fácil interpretación de los resultados y así poder presentar a los interesados sugerencias y conclusiones de este trabajo.

Ante este contexto, la Opinión Pública representa una alternativa de estudio para la producción de Disney Club y para futuras investigaciones relacionadas con este tema o con cualquier otro, porque los ejecutivos cuentan con una investigación que les permitirá mejorar la calidad y contenido de las emisiones que se presentan en el programa infantil.

CAPÍTULO 1. MARCO CONCEPTUAL

1.1 TEORÍA GENERAL DE SISTEMAS

El presente capítulo tiene el propósito de describir la Teoría General de Sistemas, el Análisis Sistémico, el Modelo Dialéctico, la Teoría de la Mediación, la Investigación por Encuestas, el Sistema de Opinión Pública y sus perspectivas actuales, con lo cual, se argumenta el porqué se puede estudiar a la opinión pública desde un enfoque comunicativo.

1.1.1 Concepto de Sistema

“El término sistema cuando se utiliza para designar entidades reales, se opone al término agregado. Un sistema y un agregado son igualmente conjuntos, es decir, entidades que se constituyen por la concurrencia de más de un elemento: la diferencia entre ambos consiste en que el conjunto de los elementos de un sistema muestra una organización de la que carecen los elementos agregados.”³

A los elementos que se organizan en un sistema se les denomina componentes del sistema.

³ Martín, Serrano Manuel, “Teoría de la comunicación I. Epistemología y análisis de la referencia”, México 1993, UNAM, ENEP Acatlán, pp. 94-95.

A continuación se explica el concepto de sistema, a partir de dos perspectivas:

1.1.2 Análisis de la organización de los sistemas

El sistema como entidad real ⁴

Es necesario diferenciar entre lo que es sistema y lo que es agregado, ambos están compuestos por varios elementos. Pero el sistema consta de elementos organizados, pero el agregado no.

El sistema como método de análisis ⁵

A nivel metodológico, el término “sistemático” se opone al término “asistemático”.

El análisis sistemático de un conjunto de elementos se caracteriza porque se propone explicar la organización del objeto de estudio.

“Es decir, el sistema como método de análisis, es aquel que propone explicar la organización del objeto de estudio para que sea posible realizar un análisis sistemático a nivel real”. ⁶

⁴ Definición obtenida del Seminario Extracurricular de Titulación: Opinión Pública, Módulo II. UNAM, FES Acatlán, 2005.

⁵ Martín, Serrano Manuel, “Teoría de la comunicación I. Epistemología y análisis de la referencia”, México 1993, UNAM ENEP Acatlán, p. 95

⁶ Definición obtenida del Seminario Extracurricular de Titulación: Opinión Pública, Módulo II. UNAM, FES Acatlán, 2005.

1.1.3 Componentes de un sistema ⁷

“La comunicación puede ser estudiada sistemáticamente, porque es un objeto organizado de estudio. Un objeto de estudio está organizado y por tanto, puede ser analizado como un sistema, cuando sus componentes presentan las siguientes características:

- 1) han sido seleccionados;
- 2) se distinguen entre sí;
- 3) se relacionan entre sí;

De tal modo que esas características pueden ser explicadas como una consecuencia de su pertenencia al sistema”.

1.1.3.1 Selección de los componentes de un sistema ⁸

Un componente pertenece a un sistema cuando su existencia es necesaria para que funcione o permanezca organizado el sistema. A la relación entre un componente y el sistema se le llama implicación y ésta puede ser con un elemento obligatorio o un elemento del sistema optativo.

Para reconocer las implicaciones de los componentes en un sistema debe diferenciarse si el componente es obligatorio, optativo o incorporado.

⁷ Martín, Serrano Manuel, “Teoría de la comunicación I. Epistemología y análisis de la referencia”, México 1993, UNAM ENEP Acatlán, pp. 95-96

⁸ Martín, Serrano Manuel, “Teoría de la comunicación I. Epistemología y análisis de la referencia”, México 1993, UNAM ENEP Acatlán, pp. 95-96

- **Elemento obligatorio:** Cuando la desaparición del elemento afecta la existencia del funcionamiento o transforma el sistema.
- **Elemento optativo:** Cuando el sistema puede funcionar sin desaparecer y sin transformarse, sustituyendo a ese componente por otro.
- **Elemento incorporado:** Son aquellos que aparecen frecuentemente en el sistema, pero no están implicados en el mismo. Requieren del sistema, pero éste puede eliminarlos sin alterarse.

La flexibilidad de un sistema está dada por la obligatoriedad de los componentes que lo conforman, si todos los componentes son obligatorios entonces el sistema es rígido, si todos sus componentes son optativos el sistema es flexible.

1.1.3.2 Distinción de los elementos de un sistema ⁹

“Un componente se distingue de otro u otros al interior de un sistema dado, cuando las diferencias que existen entre ellos, o sus diferentes comportamientos son necesarios para que el sistema funcione o permanezca como sistema. A partir de ahora se expresará a esta distinción entre los componentes como diferenciación”. Hay dos clases de diferenciación o comportamientos.

- **Estructural:** Cuando un elemento ocupa un lugar específico para que el sistema esté en un estado. Este lugar no puede ser ocupado por otro elemento u otros elementos.

⁹ Martín, Serrano Manuel, “Teoría de la comunicación I. Epistemología y análisis de la referencia”, México 1993, UNAM ENEP Acatlán, pp.95-96

- **Funcional:** Cuando un elemento ocupa un lugar específico para que el sistema asuma una función dentro del estado, esa función no puede ser asumida por otro elemento.

Los elementos pueden ser de naturaleza distinta, pero no es condición para diferenciarlos. Un sistema es grande de acuerdo al número de sus componentes.

1.1.3.3 Relación entre los elementos de un sistema ¹⁰

La relación de los componentes de un sistema se denominan dependencia, y ésta existe de tres tipos:

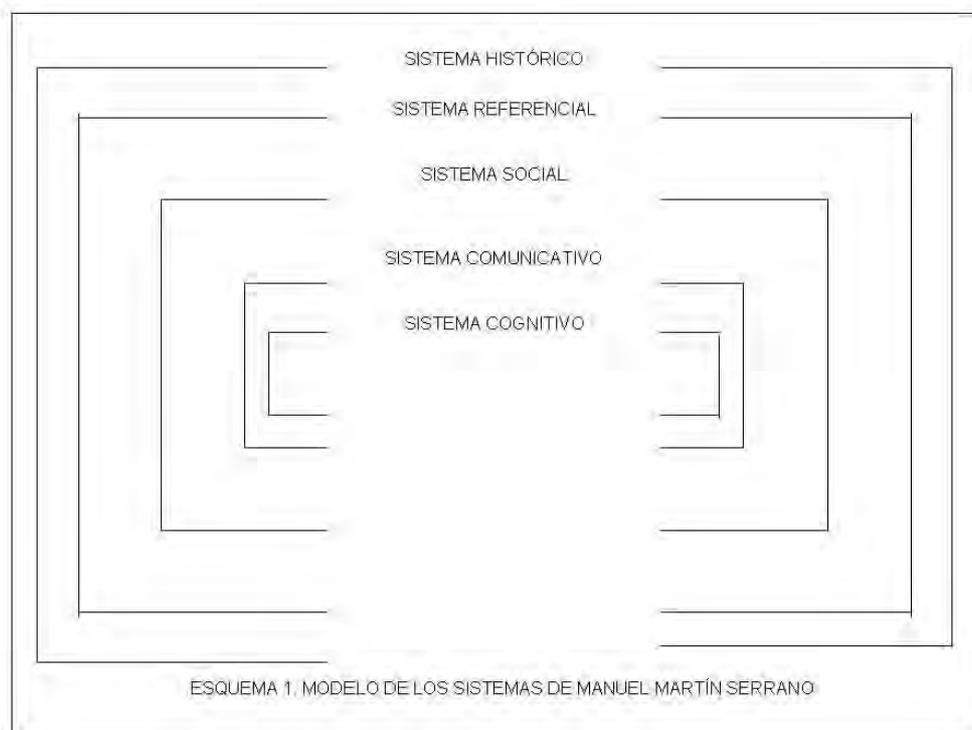
- **Solidarias:** Cuando el cambio de un componente afecta necesariamente a otro y viceversa.
- **Causales:** Cuando el cambio de un componente afecta a otro pero no en viceversa.
- **Específicas:** Cuando el cambio de un componente en ocasiones afecta a otro y viceversa.

Los elementos pueden o no tener relaciones directas o indirectas con otros elementos del sistema y pueden o no manifestarse esas afectaciones.

¹⁰ Martín, Serrano Manuel, "Teoría de la comunicación I. Epistemología y análisis de la referencia", México 1993, UNAM ENEP Acatlán, pp. 95-96

1.2 ANÁLISIS SISTÉMICO

Manuel Martín Serrano define a la comunicación como un sistema, que está inmerso dentro de otros sistemas, los cuales facilitan la unificación de campos de conocimiento, observemos el siguiente esquema para tener una referencia de la ubicación del sistema comunicativo.



Sistema Histórico: Estudia el tiempo y espacio.

Sistema Referencial: Estudia la cultura como entorno y como referente.

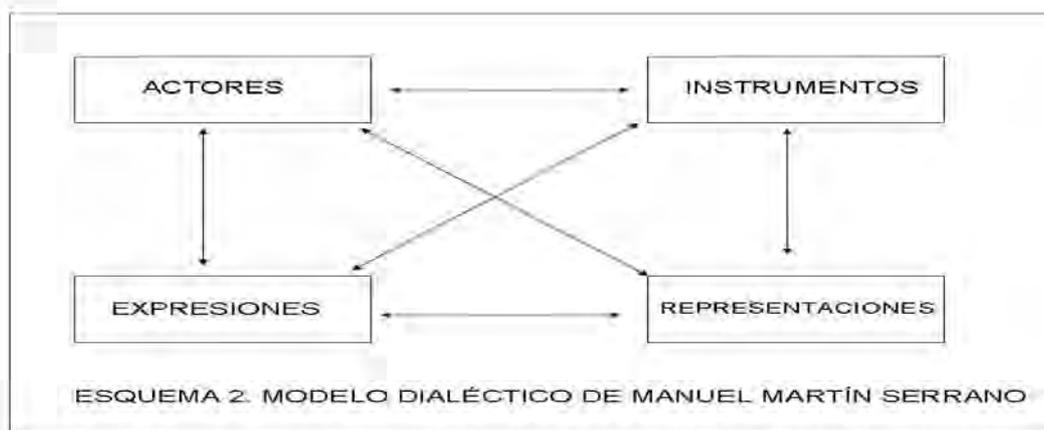
Sistema Social: Estudia las instituciones sociales.

Sistema Comunicativo: “No es completamente autónomo; funciona abierto a las influencias exteriores de otros sistemas no comunicativos. Las influencias de los sistemas no comunicativos controlan en mayor o menor grado el funcionamiento del sistema de comunicación. El control se ejerce sobre todo y cada uno de los componentes. A su vez, el propio sistema de comunicación afecta al funcionamiento de los otros sistemas con los que está relacionado.”¹¹

Sistema Cognitivo: Estudia el plano consciente, instintivo y del deber ser.

1.3 MODELO DIALÉCTICO¹²

Manuel Martín Serrano señala que el Sistema Comunicativo está conformado por cuatro elementos: actores, instrumentos, expresiones y representaciones, como se muestra en el siguiente esquema.



¹¹ Martín Serrano, Manuel, Teoría de la Comunicación. I. Epistemología y análisis de la referencia., México 1993, UNAM, ENEP Acatlán, p. 160

¹² Martín Serrano, Manuel, Teoría de la Comunicación. I. Epistemología y análisis de la referencia., México 1993, UNAM, ENEP Acatlán, p. 161

1.3.1 Componentes del sistema comunicativo

A continuación se enunciarán las definiciones de cada componente del modelo dialéctico.

1.3.1.1 Actores ¹³

Son las personas físicas que en nombre propio o como portavoces o representantes de otras personas, grupos, instituciones u organizaciones entran en comunicación con otros actores.

Las personas físicas por cuya mediación técnica unos actores pueden comunicar con otros, siempre que su intervención técnica en el proceso comunicativo excluya, incluya o modifique a los datos de referencia proporcionados por otros actores.

1.3.1.2 Instrumentos ¹⁴

Los instrumentos de la comunicación ya han sido definidos como todos los aparatos biológicos o instrumentos tecnológicos que pueden acoplarse con otros aparatos biológicos o tecnológicos para obtener la producción, el intercambio y la recepción de señales.

¹³ Martín, Serrano Manuel, "Teoría de la comunicación I. Epistemología y análisis de la referencia", México 1993, UNAM ENEP Acatlán, pp.95-96

¹⁴ Martín, Serrano Manuel, "Teoría de la comunicación I. Epistemología y análisis de la referencia", México 1993, UNAM ENEP Acatlán, pp.95-96

Los instrumentos de comunicación se organizan en sistemas de amplificación y de traducción de señales, constituidos por un órgano emisor, un canal transmisor y un órgano receptor, como mínimo.

Los instrumentos biológicos son:

- El aparato fonológico: laringe, cuerdas vocales, labios, boca.
- El aparato motriz: El cuerpo.

Los instrumentos tecnológicos se dividen en dos:

1. Amplificadores: Aquellos que no modifican la naturaleza de la señal, por ejemplo el micrófono.
2. Traductores: Aquellos que cambian o traducen señales acústicas, luminosas, electromagnéticas en otra materia o energía, por ejemplo la radio, televisión e Internet.

1.3.1.3 Expresiones ¹⁵

Cuando los actores cuentan con los instrumentos necesarios para comunicarse, entonces realizan las expresiones, que son otro elemento muy importante dentro del sistema de la comunicación y su proceso comunicativo es el siguiente:

Sustancias: Pueden ser cualquier cosa de la naturaleza, un objeto fabricado o cualquier organismo vivo.

Sustancias expresivas: Las materias informadas, o, si se prefiere, cualquier entidad perceptible por algún sentido de Alter, sobre la cual, Ego ha realizado un trabajo expresivo.

¹⁵ Martín, Serrano Manuel, "Teoría de la comunicación I. Epistemología y análisis de la referencia", México 1993, UNAM ENEP Acatlán, pp. 95-96

Las sustancias expresivas cuando son energizadas poseen la capacidad de generar señales, es decir, de modular las energías que pueden afectar los sentidos de algún ser vivo.

Sustancia informada: Puede presentar diferencias perceptibles o puede adoptar diferentes estados perceptibles y algunas de esas diferencias o de esos estados designan algo para alguien. Cada variedad o estado distinto es una expresión. Las relaciones que existen en los distintos estados expresivos y las distintas designaciones se denominan articulaciones.

1.3.1.4 Representaciones ¹⁶

La representación en el campo de la comunicación, actúa organizando un conjunto de datos de referencia proporcionados por el producto comunicativo, en un modelo que posee algún sentido para el usuario o los usuarios de esa representación.

Las representaciones se diferencian según su uso en:

- a) Representaciones que son modelos para la acción. Dan a la información un sentido que afecta al comportamiento.
- b) Representaciones que son modelos intencionales. Dan a la información un sentido que afecta a los juicios de valor.
- c) Representaciones que son modelos para la cognición. Dan a la información un sentido que afecta al conocimiento.

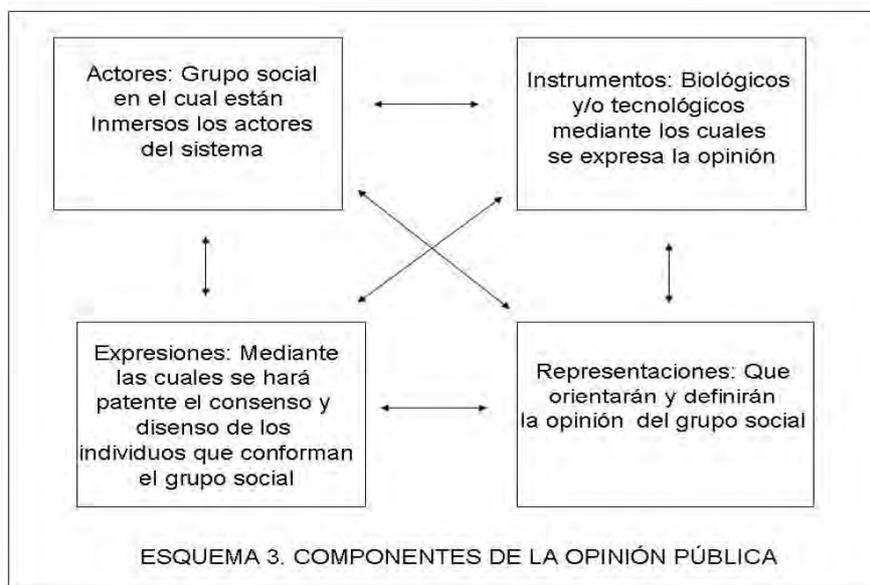
¹⁶ Martín, Serrano Manuel, "Teoría de la comunicación I. Epistemología y análisis de la referencia", México 1993, UNAM ENEP Acatlán, pp. 95-96

Debe destacarse que no es posible comunicar si el trabajo expresivo de Ego y el trabajo preceptor de Alter no están guiados por las representaciones, incluso la comunicación se hace ineficaz cuando la representación que guió el trabajo expresivo de Ego no se corresponde con la que rige el trabajo perceptivo de Alter.

1.4 EL SISTEMA DE OPINIÓN PÚBLICA ¹⁷

La opinión pública es un sistema que comparte los mismos elementos estructurantes del sistema comunicativo: actores, instrumentos, expresiones y representaciones.

1.4.1 Componentes de la opinión pública



¹⁷ Información obtenida del Seminario Extracurricular de Titulación: Opinión Pública. Módulo II. FES Acatlán, 2005.

La opinión pública se observa a través de la expresión y permite el consenso y disenso de los asuntos de interés público y sólo puede ser ejercida, entendida y analizada por el grupo social a partir de la expresión.

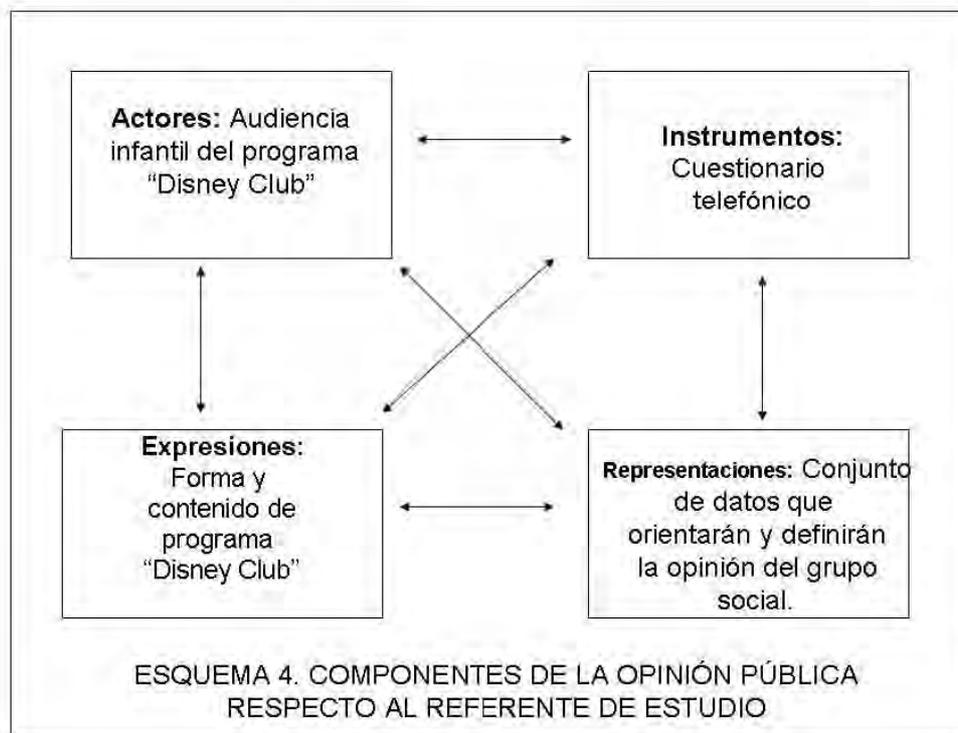
La comunicación sirve para que el hombre exprese sus pensamientos, emociones, experiencias, con el fin de que sean escuchadas, conocidas y tal vez aceptadas.

Si el hombre no da a conocer sus expresiones éstas no serán conocidas, es decir, una necesidad no expresada no puede obtener un satisfactor social.

Las expresiones emitidas por los miembros de un grupo social es lo que importa a la opinión pública.

1.4.2 Identificación de los elementos de la opinión pública en el referente a estudiar

El tema investigación es: *La opinión pública de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido*. El modelo dialéctico de la comunicación en este estudio es:



1.4.3 Referentes públicos ¹⁸

Las temáticas de lo público que analizarán las expresiones de los individuos de un grupo social son:

- Sobrevivencia del grupo social
- La producción de bienes materiales e inmateriales
- La conservación de la propiedad privada (territorios, medios de producción, mercancías o bienes)
- El estado (ejercicio del poder y sus consecuentes formas de acción)

¹⁸ Información obtenida del Seminario Extracurricular de Titulación: Opinión Pública. Módulo II. UNAM, FES Acatlán, 2005.

- La cultura
- La ecología.

Tomando en cuenta que dentro de los temas antes mencionados, están incluidos todos los asuntos que interesan y/o afectan al grupo social.

Ejemplos:

- Muerte
- Guerras
- Enfermedades
- Religión
- Cultura
- Política
- Economía
- Educación
- Relaciones sociales, y
- Medios de Comunicación.

1.4.4 Concepto de opinión pública

“El conjunto de expresiones (que no necesariamente tienen la misma dirección, ni la misma intensidad) producidas por los actores (miembros de un grupo social específico) a través de instrumentos de comunicación para generar representaciones sobre un referente público.”¹⁹

¹⁹ Concepto obtenido del Seminario Extracurricular de Titulación: Opinión Pública. Módulo II. UNAM, FES Acatlán, 2005.

1.4.5 Características de opinión pública ²⁰

- Cumple con la condición de ser una entidad real.
- Es un tipo de expresión (con las características que estableció Sócrates), por lo que es un subsistema de la comunicación.
- Está conformada por opiniones de individuos que no necesariamente tienen la misma dirección e intensidad y se da en los miembros de un grupo social, que tiene como referente los temas públicos.
- Los elementos que la constituyen son:
 - a) actores
 - b) instrumentos
 - c) expresiones
 - d) representaciones.

1.5 TEORÍA DE LA MEDIACIÓN SOCIAL ²¹

La Teoría de la Mediación Social explica la forma en que instituciones e instancias sirven como mediadoras entre la sociedad y quienes la gobiernan, la controlan y crean una realidad conveniente a sus intereses.

Retomando a Manuel Marín Serrano la teoría de la mediación social es un paradigma teórico capaz de interpretar y sistematizar la diversidad de elementos que se constituyen al interior de un proceso social.

²⁰ Información obtenida del Seminario Extracurricular de Titulación: Opinión Pública. Módulo II. UNAM, FES Acatlán, 2005.

²¹ Información obtenida del Seminario Extracurricular de Titulación: Opinión Pública. Módulo II. UNAM, FES Acatlán, 2005.

Esta teoría le da orden a las cosas, hechos, objetos y conceptos que se han estado dando de acuerdo al grado de desarrollo de las sociedades occidentales.

Este orden puede formalizarse en modelos que Manuel Martín Serrano nombra “Modelos Mediacionales”.

Mediación: Es la actividad que impone límites a lo que puede ser dicho, y a las maneras de decirlo, por medio de un sistema de orden.

“Se trata de que el sistema de orden no cambie, aunque cambien los objetos que sirven para transmitir el repertorio de mensajes” .²²

1.5.1 Planos Mediacionales ²³

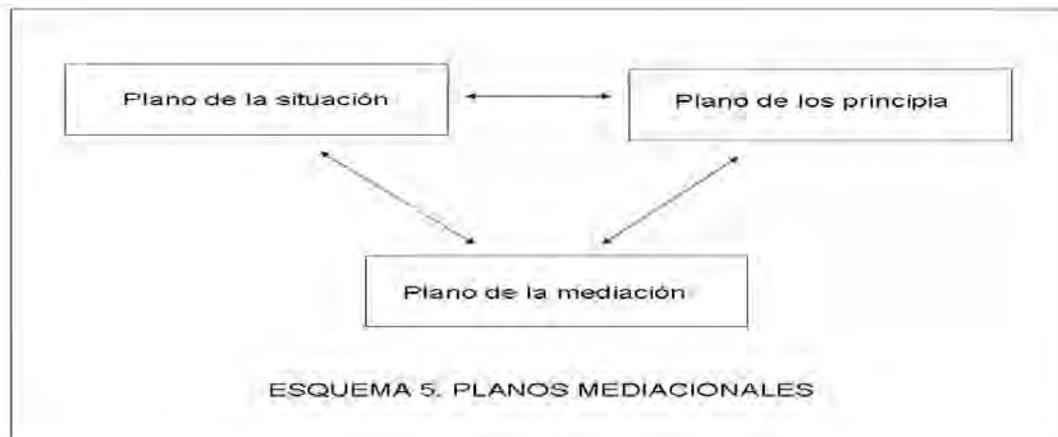
Existen cuando se da la disonancia entre lo que se informa y lo que acontece, entonces surgen los planos que permiten la reducción de la disonancia.

La disonancia ha sido descrita por Festinger (1975) como un estado de incomodidad o tensión producido por la concurrencia de dos elementos cognoscitivos igualmente aceptados por los sujetos, que lleva a éstos afectados a realizar algún esfuerzo por establecer la consonancia.

Un elemento cognoscitivo es cualquier opinión o creencia acerca del ambiente, de uno mismo o de la conducta de uno mismo.

²² Martín Serrano, Manuel, La Mediación Social, Madrid, Akal, 1976, p. 54

²³ Información obtenida del Seminario Extracurricular de Titulación: Opinión Pública. Módulo II. UNAM, FES Acatlán, 2005.



1.5.2 Plano de los principios ²⁴

Constituido por las circunstancias cuya preservación es fundamental para la preservación del grupo, bienes de producción, normas, etc.

1.5.3 Plano de la situación ²⁵

Está constituido por los cambios que el acontecer opera en la realidad social, un suceso que afecta al grupo, una norma que cambia, un código nuevo, etc.

1.5.4 Plano de la mediación ²⁶

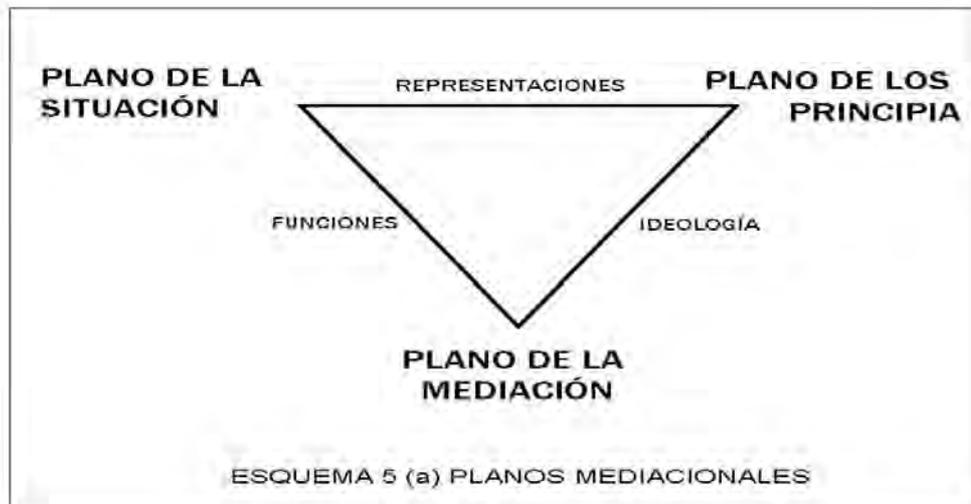
Es el plano cognitivo en el que se verifica un proceso de interacción entre los otros dos planos.

²⁴ Información obtenida del Seminario Extracurricular de Titulación: Opinión Pública. Módulo II. UNAM, FES Acatlán, 2005.

²⁵ Información obtenida del Seminario Extracurricular de Titulación: Opinión Pública. Módulo II. UNAM, FES Acatlán, 2005.

²⁶ Información obtenida del Seminario Extracurricular de Titulación: Opinión Pública. Módulo II. UNAM, FES Acatlán, 2005.

Entre el plano de la situación y el plano de los principios se encuentran las representaciones, entre el plano de situaciones y el plano de la mediación se encuentran las funciones que se desempeñan y entre el plano de los principios y el de la mediación se localiza la ideología.



1.6 LA INVESTIGACIÓN POR ENCUESTAS

En este apartado se conocerá el contexto histórico de la investigación por encuestas, principales creadores, vertientes y virtudes y la ubicación de ésta en la actualidad.

1.6.1 Origen de la encuesta ²⁷

Existen dos pioneros del origen de encuestas, específicamente en la comunicación social.

²⁷ Información obtenida del Seminario Extracurricular de Titulación: Opinión Pública. Modulo II. FES Acatlán, 2005.

- 1) Paul F. Lazarsfeld: Desarrolló técnicas rigurosas para aplicar métodos empíricos a temas sociales, empleó el equipo mecanizado procesador de datos para aclarar y formalizar la lógica del análisis de encuestas. Además formó el centro permanente de investigaciones de los métodos de encuesta, empezando con la organización de la Oficina para Investigación Social Aplicada, en la Universidad de Columbia.

- 2) Samuel A. Stouffer: Al inicio de la segunda guerra mundial dirigió la Rama de Información y Educación del Ejército de los EUA, reuniendo a un grupo de científicos sociales para examinar cuestionarios tocantes a la prosecución de la guerra. Durante el macartismo de comienzos de los cincuenta, envió encuestas nacionales para examinar los efectos de la cruzada anticomunista.

El legado de Stouffer continúa en los diseños de estudio actualmente utilizados, métodos de muestreo, diseños de cuestionario, lógica de análisis, entre lo más importante.

1.6.2 Virtudes de la investigación por encuesta ²⁸

Las encuestas de muestreo casi nunca se efectúan con el propósito de describir la muestra en particular que se está estudiando; más bien se efectúan con el propósito de comprender la población más general entre la cual inicialmente se tomó la muestra.

²⁸ Información obtenida del Seminario Extracurricular de Titulación: Opinión Pública. Módulo II. UNAM, FES Acatlán, 2005.

De manera similar, los análisis explicativos en la investigación por encuestas tienden al desarrollo de proposiciones generalizadas acerca del comportamiento humano.

Los métodos de investigación por encuesta facilitan la apertura de la ciencia, ya que incluye la recolección y cuantificación de datos, que se convierten en fuente permanente de información.

Es posible analizar un cuerpo determinado de datos de encuestas poco después de ser recabados y encontrarse que confirman una teoría particular de la conducta social.

Si la teoría misma pasa después por modificaciones, siempre será posible volver al conjunto de datos y reanalizarlos desde la nueva perspectiva teórica.

Cada vez que el investigador por encuestas trata de explicar las razones y las fuentes de hechos observados, sus características y correlaciones, deben adoptar una actitud determinista.

El formato de la encuesta permite hacer una elaboración clara y rigurosa de un modelo lógico, esto aclarará el sistema determinista de causa-efecto.

En la práctica, los datos de las encuestas facilitan la aplicación cuidadosa del entendimiento lógico.

1.7 VERTIENTES ACTUALES DE LA OPINIÓN PÚBLICA²⁹

En la actualidad, la opinión pública ha tomado gran auge, pero también se ha malinterpretado el tipo de estudio, por ende se enuncian algunos de los pasos en donde se encuentra actualmente ubicada.

1. En la actualidad quienes producen la opinión y las agendas de discusión son una proporción muy pequeña de la población y cada vez menos en términos relativos, sólo existen si publicitan sus ideas a través de los medios impresos o electrónicos, es decir, dependen de su visibilidad.
2. Los asuntos de interés público presentan mayores complicaciones técnicas, que hacen de las opiniones un asunto de competencias en saberes especializados.
3. Los medios de comunicación masiva que hacen visibles a quienes dicen sustentar la opinión pública, devienen en verdaderos intermediarios, también con intereses propios, entre la clase política y quienes la sustentan y entre éstos y el gran público.
4. La actual esfera pública está fragmentada. Por un lado, perduran los individuos semejantes al ciudadano clásico de la Ilustración, informados, interesados, orientados por el arquetipo racional y con acceso a los medios de comunicación, que participan de la discusión pública: son los periodistas, los expertos, los políticos, algunos empresarios y profesionistas, entre otros. En la otra parte, casi como una muda

²⁹ Información obtenida del Seminario Extracurricular de Titulación: Opinión Pública. Módulo II. UNAM, FES Acatlán, 2005.

audiencia, se amontona el público en su mayoría desinteresado y desinformado, o si quiere, informado o interesados a medias.

5. Quienes dicen sustentar la opinión pública transitan los parajes de la esfera pública clásica, los de la opinión pública ilustrada; en tanto, la audiencia de la política y de la información sobre los asuntos públicos, la inmensa mayoría de la población adulta, despliega sus opiniones como opinión popular a través de los registros de encuestas.
6. Las encuestas imponen temas, formulan preguntas sobre aquello en que los individuos habitualmente no piensan, limitan opiniones de respuesta; a lo más registran lo que llaman disposiciones discursivas, es decir, aquello que los individuos dicen, verbalmente, que harán o harían, prefieren o preferirían ante tal o cual circunstancia.
7. Las encuestas, se publican, se organizan, almacenan y se usan como anclas de verdad, y a pesar de las peculiaridades de la opinión popular, dicho uso no resulta exagerado, pues su medición, cuando se hace con seriedad, registra con los márgenes de precisión y confianza que las técnicas probabilísticas permiten cuantificar, las preferencias públicas con el acierto que la experiencia ha documentado sobradamente, más aún tratándose de cuestiones electorales en competencias democráticas.
8. Pensar que en general el público miente a los encuestadores, o que la mayoría de las agencias de investigación fabrican resultados, carece de sustento empírico, ciertamente un entrevistado puede exagerar o minimizar, exhibir u ocultar y a veces simplemente mentir en determinados temas y circunstancias, pero buenos diseños técnicos deben considerar tales circunstancias y temas para anticiparse a sus efectos. A su vez, sin duda que hay agencias de investigación, como o en cualquier otra actividad humana, dispuestas a facturar datos a la

medida del solicitante, pero son las menos y en el mercado de la credibilidad, principal activo de la bolsa demoscópica, termina naufragando.

9. La opinión política que registra una encuesta tampoco agota el conocimiento político, el que es más complejo que los dichos de los individuos acerca de sí y sus relaciones, pues se considera que la realidad social se estructura en diversos momentos: el cultural, de la conciencia práctica y el de la conciencia discursiva. El primero, el paraje de los significados sociales, debe entenderse mediante un esfuerzo hermenéutico. El segundo, el de la conciencia práctica, es el territorio para el trabajo antropológico o la investigación participante, que informan lo que hacen los grupos e individuos y cómo lo hacen, cuáles son sus usos y cuáles sus costumbres. Y por último, el campo de la conciencia discursiva, tiene en las entrevistas, estructuradas o no, pero también en el registro de mensajes, sus técnicas de indagación propias.

10. Los registros de la opinión popular en materia política, es decir, las encuestas dan cuenta de una dimensión de la relación que las personas guardan con el sistema político, pero subsisten otras que sólo pueden penetrarse a través de técnicas de investigación diferentes. En otras palabras, mal haríamos si pensamos que la encuesta agota la complejidad de la vida política de los individuos, por simple que ésta sea, pero también si pensamos que la encuesta nada desentraña. Una encuesta registra un dicho. El dicho sobre una preferencia o una posible acción. La encuesta electoral podría presentarse así: Tal proporción de la población ha dicho que votará por un político y tal proporción que lo hará por su rival.

1.7.1 Diferencia entre encuesta y sondeo

ENCUESTA “Método que consiste en recopilar información sobre una parte de la población denominada muestra, a través de un cuestionario estructurado sobre un determinado tema.”³⁰

Características:

- La información recogida se utiliza para realizar un análisis cuantitativo, para conocer la magnitud del referente.
- Sirve para diagnosticar al grupo social a través de sus opiniones y puede coadyuvar en la toma de decisiones.
- Se emplea por la sociología, la ciencia política, la psicología, entre otras.
- Se vale de un cuestionario tomando en consideración la hipótesis, un marco conceptual (teórico) y los objetivos de la investigación.
- Es elaborada por especialistas en el tema a tratar e investigadores sociales.
- En comunicación se utiliza para hacer estudios de opinión pública.
- Requiere de un método para dar validez a sus resultados.

Por ningún motivo puede confundirse la encuesta con un sondeo, para apreciar la clara diferencia se menciona a continuación la definición de sondeo.

SONDEO “Son preguntas que se hacen a algunas personas sobre temas públicos, cuyo levantamiento de datos es azaroso y sin validez metodológica.”³¹

²⁸ Información obtenida de Seminario Extracurricular de Titulación: Opinión Pública, Módulo II. UNAM, FES Acatlán, 2005.

²⁹ Gallo Romo Olga, Tesis de maestría, FCPYS-UNAM, 2005

Características:

- Carece de método.
- Es aventurado.
- Trata temas de interés público.
- No permite generalizaciones.
- Es muy utilizado en los medios de comunicación masiva por su facilidad y bajo costo para realizar.
- Sus fines son informativos e ideológicos.
- De uso frecuente en el periodismo actual.
- No da cuenta de la realidad social.
- Su formulación es sencilla y breve.

1.7.2 La Opinión Pública: diferencia entre el modelo de la ilustración y la actualidad³²

Con el fin de entender en la actualidad cómo se presenta la opinión pública, es necesario saber su definición con relación al modelo clásico:

1. En el modelo clásico de la ilustración, la opinión pública resulta de la agregación de opiniones individuales, emitidas por ciudadanos informados que ocupan la esfera pública en calidad de iguales, todos ellos críticos, atentos al quehacer gubernamental, que generan agendas de discusión, debaten los asuntos de interés general y expresan sus pareceres en diarios, folletines, cafés, grupos de discusión, entre otros sitios públicos, con el supuesto de que terminará imponiéndose el mejor argumento.

³² Información obtenida del Seminario Extracurricular de Titulación: Opinión Pública. Módulo II. UNAM, FES Acatlán, 2005.

2. En la actualidad la opinión pública se conoce por la mediación y exhibición de encuestas, en donde los individuos, en su mayoría que no en su totalidad, están desinformados y desinteresados en la cosa pública, que no generan sino que absorben una agenda de discusión y expresan en sus respuestas en monosílabos a no complicadas preguntas sobre circunstancias complejas de la marcha del país y de los asuntos de su administración.

1.8 DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

Retomando el referente de estudio “Contenido y forma del programa “Disney Club” de TV Azteca” y el grupo social los niños de 7 a 12 años, a continuación se enuncian algunas de sus características:

CONCEPTO/ AUTOR	INFANCIA	ADAPTACIÓN	ETAPAS DE LA INFANCIA	CARACTERÍSTICAS DE LOS NIÑOS DE 7 A 11 AÑOS
PIAGET ³³	Es el período comprendido entre el momento del nacimiento y los 12 años	El desarrollo cognitivo implica la adaptación y la organización de la experiencia por medio de la acción, ambos procesos subyacen a todo aprendizaje. La adaptación está constituida por dos procesos interrelacionados: asimilación y acomodación.	Las identificó en 3 períodos de desarrollo cognoscitivo: 1. Período de inteligencia sensorio-motriz a) Se da el uso de reflejos (0-1 mes) b) Reacciones circulares (1-4.5 meses) c) Reacciones circulares secundarias (4-9 meses)	El desarrollo cognitivo corresponde a la organización de las operaciones concretas que le permite ordenar y relacionar su experiencia, captar las reacciones generales de causa-efecto y acceder a una actitud más crítica.

³³ Almonte, Carlos, “Psicopatología infantil y de la adolescencia”, Mediterráneo, 2003. pp. 23-35-65.

			<p>d) Coordinación de los esquemas secundarios (8-12 meses)</p> <p>e) Reacciones circulares terciarias (12-18 meses)</p> <p>f) El estadio de intervención de nuevos medios mediante combinaciones mentales (18-24 meses)</p> <p>2. Período de operaciones concretas</p> <p>a) Pensamiento simbólico o preconceptual (2-4 años)</p> <p>b) Pensamiento intuitivo (4-7 años)</p> <p>c) Organización de operaciones concretas (7-8 a 11-12 años)</p> <p>3. Período de operaciones formales (11-12 a 15 años)</p>	<p>a) La reversibilidad: Ésta es la posibilidad permanente de regresar al punto de partida de la operación, lograr percibir un hecho desde perspectivas diferentes.</p> <p>b) El descubrimiento de la conservación. Lo cual significa que las cosas siguen siendo esencialmente las mismas, aunque cambie su apariencia.</p> <p>Los niños comienzan rápidamente a adquirir operaciones cognoscitivas y aplican estas nuevas e importantes habilidades cuando piensan sobre los objetos, situaciones y sucesos que han visto, escuchado o experimentado de alguna u otra forma.</p> <p>Con estas nuevas operaciones que enriquecen sus capacidades cognoscitivas, los niños de escuela primaria progresan mucho más allá del pensamiento estático y centrado característico de la etapa preoperacional.</p> <p>Se enriquece el código lingüístico, continuando el desarrollo semántico e intensificándose el aspecto gramatical sintáctico.</p>
--	--	--	--	--

				<p>En correspondencia con la transición de la etapa preoperacional y la iniciación e integración de la etapa operacional concreta del desarrollo de la inteligencia: a esta edad el niño comprende relaciones de espacio-tiempo, movimiento-velocidad, cantidad-medidas y otras, que permiten alcanzar la seriación, clasificación y formación de conceptos concretos.</p>
--	--	--	--	--

CONCEPTO/ AUTOR	INFANCIA	ETAPAS DE LA INFANCIA	CARACTERÍSTICAS DE LOS NIÑOS DE 7 A 11 AÑOS	
<p>ROBERT SELMAN ³⁴</p>	<p>Los niños lograrán una comprensión mucho más amplia de ellos mismos y de otras personas cuando adquieran la capacidad de diferenciar entre sus propias perspectivas y las de sus iguales y de ver las relaciones entre estos puntos de vista potencialmente discrepantes.</p> <p>Dicho sencillamente, Selman cree que para “conocer” a una persona uno debe ser capaz de asumir su perspectiva y comprender sus pensamientos, sentimientos, motivos e intenciones, es decir, los factores “internos” que explican su comportamiento.</p>	<p>Propuso 5 niveles evolutivos: Nivel “0” (de 3 a 6 años) Los niños todavía no diferencian clara y completamente entre las características físicas y psicológicas de la personas.</p> <p>Nivel “1” (de 5 a 9 años) Los niños creen ahora que cada persona tiene una vida psicológica única y secreta. Esta nueva concepción de los mundos internos de las personas les ayuda a entender que personas diferentes podrían tener diferentes pensamientos o sentimientos sobre la misma situación personal.</p>	<p>Los niños pueden salir de sí mismos mentalmente y tomar perspectivas auto-reflexivas o de segunda persona sobre sus propios pensamientos y acciones; además se dan cuenta de que los otros pueden hacer lo mismo, esto permite a los niños ser conscientes.</p> <p>En este nivel los niños descubren por primera vez la propiedad recursiva del pensamiento “yo pienso que él piensa que yo pienso”.</p>	

³⁴ John H. Flavell, “El desarrollo cognitivo”, Visor Distribuciones, 1993. pp. 202-216-27.

	<p>Si un niño todavía no ha adquirido estas habilidades importantes de adopción de perspectivas, no le queda más remedio que describir a sus conocidos en términos de sus atributos externos, es decir, su apariencia, sus actividades y las cosas que poseen.</p>	<p>Nivel "2" (de 7 a 12 años)</p> <p>Nivel "3" (de 10 a 15 años) Los niños pueden adoptar también perspectivas más abstractas, en tercera persona o generalizadas a otras personas, que les permiten tomar las propias relaciones interpersonales (por ejemplo: amistades).</p> <p>Nivel "4" (de 12 a edad adulta) Están presentes conocimientos y destrezas adicionales, incluidas la habilidad para considerar puntos de vista todavía más abstractos y generalizados, como el de la propia sociedad como un todo.</p>		
--	--	--	--	--

CONCEPTO/ AUTOR	CARACTERÍSTICAS DE LOS NIÑOS DE 6 A 9 AÑOS	CARACTERÍSTICAS DE LOS NIÑOS DE 9 A 12 AÑOS		
<p>G. CLAUS-H. HIEBSCH³⁵</p>	<p>Se puede considerar que los niños de los cuatro primeros grados, o por lo menos de los tres primeros, están en una fase de desarrollo única, continua, desde ambos puntos de vista: el físico y el psíquico. La actividad más importante del niño de edad escolar es el aprendizaje.</p> <p>En el sentido más amplio de esta palabra, el niño aprende siempre que tiene experiencias y las toma en cuenta para sus actos y su conducta. La percepción del niño se vuelve ahora detallada y analítica.</p>	<p>Se llama la etapa de “la plena niñez”, entre los 10 y 12 años alcanza el niño en su desarrollo el estadio que nos parece característico y típicamente infantil, y desde todos los puntos de vista (físico, psíquico y espiritual) se completa la personalidad infantil.</p> <p>El niño tiene la vivencia de encontrarse ya en esa etapa futura y comienza a imitar las formas de rendimiento y de conducta típicas de ella. De esta manera entra algunas veces en contradicción y en relación tirante con el medio.</p>		

³⁵ G. Claus-H. Hiebsch, “Psicología del niño escolar”, Grijalbo México, 1972. pp. 43-71

	<p>A los siete años se conserva una actitud perceptiva ya más analítica. En esta etapa de la vida aumenta la aptitud del niño para la abstracción.</p> <p>Los niños de seis a diez años carecen todavía de la riqueza de expresión que les permitiría describir sus recuerdos con toda claridad. También en estos años predomina en la memoria las representaciones concretas, intuitivas las cuales son, además, dinámicas, vivaces, por estar ligadas de una manera íntima con experiencias en las cuales lo más que se ha destacado ha sido la acción.</p>	<p>A menudo le faltan todavía las condiciones físicas o psíquicas necesarias para los nuevos modos de conducta y esto origina sentimientos de descontento consigo mismo.</p> <p>En la vida social del niño observamos cambios significativos, aumenta la capacidad de distribuirse en grupos y de llevar una vida social infantil. Por eso puede observarse la tendencia a vivir en armonía con los demás a pesar de ciertos fenómenos de rivalidad entre los grupos infantiles.</p> <p>Los niños a esta edad son activos y quieren intervenir en las cosas.</p>		
--	---	--	--	--

	<p>Al principio de esta fase del desarrollo las representaciones son aún bastante globales. Sólo bajo la influencia de la interpretación analítica pueden dividirse o fragmentarse las representaciones.</p>	<p>La nueva actitud ante el lenguaje, la estructura verbal interna recién adquirida, la capacidad para leer y escribir se ha aprendido y la enseñanza orientada al conocimiento del mundo conducen en la época escolar a un enriquecimiento y a un refinamiento considerable del lenguaje.</p> <p>Los niños de 7 a 9 años prefieren las palabras homófonas, o sea, las que exteriormente se parecen a la palabra estimulante condicionada.</p> <p>Una característica de la niñez "madura" es la capacidad de extraer o separar el sentido esencial implícito en concatenaciones que comprenden muchos sentidos y expresarlo verbalmente en forma exacta y concisa.</p>		
--	--	--	--	--

Partiendo de los conceptos sobresalientes del texto del apartado 1.8 se realizó un resumen de la exposición de las diversas opiniones de los autores antes mencionados, sobre lo que consideran las características de la infancia, con base al objetivo de estudio que es: “La opinión pública de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido”.

El rango de edad de la audiencia infantil del programa Disney Club comprende de los 7 a 12 años.

Jean Piaget denomina infancia al período alcanzado entre el momento del nacimiento y los doce años, y la dividida por etapas:

- 1) Período de inteligencia.
- 2) Período de operaciones concretas.
- 3) Período de operaciones formales.

Según Piaget los niños de 7-8 a 11-12 años se encuentran en el período de operaciones concretas y dentro del período de operaciones formales de 11-12 a 15 años, que son los dos períodos que abarca la investigación.

Los niños que se encuentran en el período de operaciones concretas (7-8 a 11-12 años) tienen la habilidad de ordenar y relacionar su experiencia, captar reacciones generales de causa-efecto y acceder a una actitud más crítica.

Los niños de escuela primaria progresan más allá del pensamiento estático y centrado característico de la etapa preoperacional.

Los niños comienzan a adquirir operaciones cognoscitivas y aplican a estas nuevas e importantes habilidades cuando piensan sobre los objetos, situaciones y sucesos que han visto.

Los niños empiezan a comprender las relaciones de espacio-tiempo, movimiento-velocidad y cantidad-medidas que permiten alcanzar la seriación, clasificación y formación de conceptos concretos.

Por otra parte el autor *Robert Selman* cree que para conocer a una persona uno debe ser capaz de asumir su perspectiva y comprender sus pensamientos, sentimientos, motivos e intenciones, es decir, los factores internos que explican su comportamiento.

Por ende si un niño(a) todavía no ha adquirido estas habilidades importantes de adopción de perspectivas, no le queda más remedio que describir a sus conocidos en términos de sus atributos externos, es decir, su apariencia, sus actividades y las cosas que poseen.

Robert Selman propuso 5 niveles evolutivos en la infancia:

- 1) nivel 0 de 3 a 6 años
- 2) nivel 1 de 5 a 9 años
- 3) nivel 2 de 7 a 12 años
- 4) nivel 3 de 10 a 15 años
- 5) nivel 4 de 12 a edad adulta.

Debido a que se combinan algunos de los niveles con las edades de interés de la investigación se explicarán las características de los niños de 7 a 12 años que entran dentro de los 4 últimos niveles.

Nivel 1 (De 5 a 9 años): Los niños creen ahora que cada persona tiene vida psicológica única y secreta. Esta nueva concepción de los mundos internos de las personas les ayuda a entender que personas diferentes podrían tener pensamientos o sentimientos diferentes sobre la misma situación.

Nivel 2 (De 7 a 12 años): Los niños pueden salir de sí mismos mentalmente y tomar perspectivas auto reflexivas o de segunda persona sobre sus propios pensamientos y acciones; además se dan cuenta de que otros pueden hacer lo mismo; esto permite a los niños ser conscientes.

Nivel 3 (De 10 a 15 años): Los niños pueden adoptar también perspectivas más abstractas en tercera persona o generalizados a otras personas, que les permiten tomar relaciones interpersonales.

Nivel 4 (de 12 años a edad adulta): Están presentes conocimientos y destrezas adicionales, incluida la habilidad para considerar puntos de vista todavía más abstractos y generalizados.

Es decir, que según Selman, los niños de 7 a 12 años, empiezan por comprender los mundos internos, a salir de sí mismos mentalmente y tomar perspectivas auto reflexivas, a tener relaciones interpersonales y ya con mayor habilidad, considerar puntos de vista más abstractos.

Los autores *G. Claus* y *H. Hiebsch* dicen que los niños de 6 a 10 años carecen de la riqueza de expresión que les permita describir sus recuerdos con toda claridad y también predominan en su memoria las representaciones concretas intuitivas. Al principio de esta fase del desarrollo las representaciones son aún bastante globales.

Para G. Claus y H. Hiebsch la etapa de “la plena niñez” se encuentra entre los 10 y 12 años. En la vida social del niño(a) se observan cambios significativos, aumenta la capacidad de distribuirse en grupos y de llevar una vida social infantil. Los niños a esta edad son activos y quieren intervenir en cosas.

Una característica de la niñez “madura” es la capacidad de extraer o separar el sentido esencial implícito en concatenaciones (encadenamiento) que comprenden muchos sentidos y pueden expresarlo verbalmente en forma exacta y sencilla.

Como se refirió anteriormente la edad de la población del estudio es de 7 a 12 años y esto debido a que el referente de estudio es un programa infantil.

El programa Disney Club se transmite en un medio de comunicación masiva, el cual cuenta con las siguientes características: es una herramienta persuasiva que permite mantenerse en continua comunicación de los distintos sucesos sociales, políticos y económicos, es heterogéneo, es decir, diverso y le llega a toda la gente.

La importancia de la televisión en el proceso de socialización de los jóvenes y de todos los integrantes de la sociedad está relacionada con la calidad de los contenidos de los programas educativos, informativos y de entretenimientos que transmite y además de las publicidades que influyen en los hábitos de consumo de la población.

CAPÍTULO 2. MARCO CONTEXTUAL

2.1 ANTECEDENTES DE TV AZTECA ³⁶

El canal 13 inicia sus operaciones el 1º de septiembre de 1968 con la transmisión del informe de gobierno del Presidente Díaz Ordaz.

Pasa un tiempo y se retira del aire para realizar pruebas de imagen y sonido, regresa nuevamente el 12 de octubre de ese mismo año con la inauguración de los Juegos Olímpicos en México.

El Sr. Francisco Aguirre Jiménez, dueño de Radio Centro, es quién otorgó la concesión para operar dicho canal. El equipo de este empresario contaba con 13 locutores de radio, conocidos como los "13 locos", ellos lo realizaban todo en el canal, la instalación, montaje de escenografía, producción y la conducción de programas.

El canal contaba aproximadamente con 42 empleados y las instalaciones se encontraban en el sótano de la torre latinoamericana. Únicamente contaban con dos cámaras para blanco y negro y con un pequeño estudio, que ellos mismos llamaban el "clóset".

³⁶ Olmos, Alejandro, et. al. "Apuntes para una historia de la televisión mexicana", Editorial Televisa, 1998. pp. 124-127

La adquisición del nuevo equipo para operar llegó de Inglaterra al Puerto de Veracruz y de ahí se trasladó a la Ciudad de México por carretera, lo que resultó un espectáculo, pues venían camiones cargados con rollos gigantes de cable.

Originalmente se hacían las transmisiones en blanco y negro: pequeños noticiarios, cápsulas deportivas, concursos, musicales y posteriormente se transmitieron series como los "Thunderbirds" y la "Isla de Gilligan".

Tiempo después el canal se mudó a Mina 24, atrás del teatro Blanquita, ahí ya contaban con 3 estudios pequeños y un elevador para subir escenografía.

En marzo de 1972 el Estado expropia el canal 13, manifestando así su interés por participar de manera más activa en la comunicación nacional y prohibió tener dentro de su publicidad cerveza, licor y tabaco y sólo podían comercializar 4.5 minutos por cada 30 de programación.

En 1985 inicia operaciones el canal 7, orientado a resaltar los valores nacionales, así como las manifestaciones culturales y deportivas. En ese mismo año nace el "Instituto Mexicano de la Televisión" (IMEVISIÓN), que empieza a operar con los canales 7, 13 y 22.

En 1990 se desincorporan de IMEVISIÓN los canales 7 y 22. El canal 7 se pone a la venta para explotación comercial y transmite repitiendo la señal del canal 13, el canal 22 se mantiene como canal cultural a petición de 800 intelectuales de "La comunidad cultural de México"

2.2 HISTORIA DE TV AZTECA ³⁷

El 4 de marzo de 1993 se publicó en el Diario Oficial de la Federación (DOF) la convocatoria para la adquisición de los medios del gobierno (que incluía además del Canal 7, el Canal 13, COTSA, Estudios América y el periódico "El Nacional") en el que se establecerían dos tipos de registro: uno para aquellas empresas interesadas en todo el paquete y el otro para aquellas que aspiraran a obtener sólo algunos de los medios en particular.

Al concluir el registro, el 1º de abril de 1993, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público dio a conocer los nombres de los cuatro grupos empresariales y los dos postores individuales que presentaron ofertas por el paquete de medios.

- a) Geo Multimedia, encabezada por Raymundo Gómez Flores.
- b) Radio y Televisión del Centro, de Ricardo Salinas Pliego y Francisco Aguirre.
- c) Corporación de Medios de Comunicación, de Adrián Saba, Joaquín Vargas y Clemente Serna.
- d) Fideicomiso BCH o Cosmovisión de Javier Sánchez Campuzano, William Karab y Javier Pérez de Anda.

³⁷ Historia reconstruida con base en:

- a) Olmos, Alejandro, *Apuntes para una historia de La televisión Mexicana*, Editorial Televisa, 1998. pp. 127-137.
- b) Grupo Salinas, *10 años de TV Azteca, Un Sueño que hace historia 1993-2003*, México, Agosto 2003. pp. 21-32.
- c) <http://www.tvazteca.com/corporativo/cultura/vision.shtml> y <http://radiopasillo.com>, esta última sólo es para el personal que labora en TV Azteca.

En el caso de los dos postores individuales, se trataba de empresarios interesados estrictamente en la Compañía Operadora de Teatros SA (COTSA) o en el periódico “El Nacional”.

2.2.1 Los postores ³⁸

Las propuestas de cada grupo en materia de televisión eran amplias y muy diversas, Geo Multimedia, constituido el 24 de marzo de 1993 y conformado por inversionistas como Carlos Cabal Peniche -(principal accionista del Banco de Cédulas Hipotecarias, SA (BCH)- consideraba a la industria de la televisión como un “negocio de enorme potencial que vende fundamentalmente entretenimiento”, aunque reconocía posibilidades como vehículo de difusión cultural.

Gómez Flores planteaba trasladar la sede del Canal 13 a la ciudad de Guadalajara y a éste le cambiaría el nombre por el de Geovisión. Anunció que para determinar la viabilidad de su “Proyecto Géminis” había invertido 20 millones de dólares, y en febrero de 1993, advirtió que iría con todo por la concesión de los canales.

Radio Televisora del Centro, en un principio encabezada por Ricardo Salinas (presidente del grupo de tiendas Elektra) y por Francisco Aguirre Gómez (ex director de Canal 13), se proponía buscar el interés económico, social y laboral de los canales; mejorar la educación y cultura nacionales, así como transmitir información confiable y mantener una estricta coordinación con el Gobierno y sus direcciones de comunicación social.

³⁸ Historia reconstruida con base en:

- d) Olmos, Alejandro, Apuntes para una historia de La televisión Mexicana, Editorial Televisa, 1998. pp.127-137.
- e) Grupo Salinas, 10 años de TV Azteca, Un Sueño que hace historia 1993-2003, México, Agosto 2003. pp.21-32.
- f) <http://www.tvazteca.com/corporativo/cultura/vision.shtml> y <http://radiopasillo.com>, ésta última solo es para el personal que labora en TV Azteca.

El Grupo Cosmovisión representado por Javier Pérez de Anda, Javier Sánchez Campuzano y William Karab, entre otros, planteaba tres modelos para desarrollar su estrategia de televisión:

- a) Atacar nichos de mercado cubriendo áreas desatendidas.
- b) Realizar acciones de enfrentamiento sensato pero agresivo.
- c) Implantar un esquema de regionalización de cadenas.

Luego del registro de estas empresas, la Unidad de Desincorporación de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público estableció que hasta el 30 de abril de 1993 se daría a conocer si dichas agrupaciones alcanzaban la calificación necesaria para participar en la subasta. Cada uno de los grupos inscritos hizo un depósito de 5 millones de dólares.

El 14 de julio, cuatro días antes del veredicto se dio a conocer que el propietario de Multivisión Joaquín Vargas Gómez, decidía retirar su participación de la empresa Corporación de Medios de Comunicación, integrada por Clemente Serna y Adrián Saba, sin que se conociera oficialmente el motivo del desacuerdo.

Así, finalmente el domingo 18 de julio de 1993, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público dio a conocer las ofertas de cada una de las empresas. Radio Televisora del Centro, encabezada por Ricardo Salinas, ofreció 645 millones de dólares, Cosmovisión 495, Medcom 454 y Geo Multimedia 416.

Así, el ganador fue Ricardo Salinas y por ende surgieron las críticas.

"Las carcajadas de Emilio, (El Tigre) Azcárraga resonaron y tuvieron eco en diversas regiones del mundo, al ser el principal beneficiario una vez otorgado el paquete de medios de comunicación a Radiotelevisora del Centro...Voces identificadas claramente con los grupos perdedores de esta subasta, la califican

como de una transparencia equiparable a la atmósfera de la Ciudad de México y manifiestan que de haber sabido que el problema del gobierno era de carencia de morralla y no de garantizar en los potenciales adquirientes altos niveles de profesionalismo, experiencia, lealtad, fidelidad, empatía, identificación plena con los tiempos actuales, solidaridad y cierto conocimiento de los medios, se hubiera mejor dedicado a juntar sus ahorritos para intentar superar los 650 millones de dólares que aproximadamente pagarán Salinas y sus socios...”³⁹

“El grupo menos conocido, el de menor experiencia en el campo donde ahora se involucra y por el que nadie, o casi nadie, hacía apuestas, fue el ganador en la subasta de los medios de comunicación del gobierno...Si no tienen el dinero, entonces es que son muy audaces...”⁴⁰

“La adjudicación del paquete de medios al otro Salinas tiene que ver con situaciones políticas”.⁴¹

2.2.2 LOS PRIMEROS PASOS DE TV AZTECA⁴²

El 13 de octubre de 1993 TV Azteca lanza la primera programación como televisión privatizada.

Así, pues lanza dos programaciones una para cada canal: Mi tele y Tu visión.

³⁹ Navarro Benítez, Raúl: “El Universal Gráfico”, 21 de julio 1993, p. 13

⁴⁰ Trejo Delarbre, Raúl, El Día, 21 de julio 1993

⁴¹ Alva de la Selva, Alma Rosa, Paquete de Medios, un paso atrás, Revista Mexicana de Comunicación, núm. 31, pp. 37-38

⁴² Grupo Salinas, 10 años de TV Azteca, Un Sueño que hace historia 1993-2003, México, Agosto 2003. pp. 42-52-66

El canal 13, cuyo lema era Mi tele, se dirigía a una audiencia familiar, contaba entre otros con los siguientes programas: “Sal y Pimienta”, con Chepina Peralta. “Inés Duarte”, la secretaria, “A todo dar”, programa de concursos.

El canal 7, Tu visión, atraía al público juvenil, dentro de su programación estaba el inolvidable extraterrestre “Alf”, la comedia juvenil “Salvados por la campana”, y clásicos como “Los Simpson’s”, “los años maravillosos” y “los Caballeros del zodiaco”.

A la primera etapa de TV Azteca se le puede llamar de “limpieza”, lo primero que se hizo fue implementar una reducción de costos a cero, ya que en la caja no había un peso.

Algunas de sus primeras acciones fue el recortar personal, es decir, que era prioritario reducir una nómina que estaba inflada para poder alcanzar una racionalidad más productiva, de contar con 1.500 personas al principio, sólo se quedaron 700.

Sus primeros objetivos eran reducir los gastos, ampliar la cobertura y mejorar la programación, así que optaron por comprar programas ya hechos (enlatados), sólo dedicándose a la distribución, por que para la producción no se contaba dinero.

Las primeras funciones que emprendió el dueño de TV Azteca para ampliar la cobertura de los canales y mejorar la infraestructura técnica, se dieron en el marco de una gran inestabilidad política, como la irrupción del movimiento armado en Chiapas, el 1º de enero de 1994, el asesinato del candidato priista a la presidencia, Luis Donaldo Colosio, y posteriormente el del ex gobernador de Guerrero, José Francisco Ruiz Massieu.

La empresa comenzó a trabajar con un nuevo plan de comercialización, renglón en el que especialmente la televisión estatal había sido muy vulnerable.

“En septiembre de 1994 en el momento en que Televisa se aprestaba a negociar su famoso Plan Francés, TV Azteca dio a conocer su Plan Mexicano, un esquema cuya filosofía era que el anunciante pagara con respecto a ratings reales. Con este Plan Mexicano se buscaba que la inversión fuera anual, sin ningún anticipo de por medio (como sucedía en la propuesta de Televisa), aunque sí se le pedía al anunciante un compromiso de pago mensual. ...”⁴³

2.3 HISTORIA DE LA PROGRAMACIÓN INFANTIL EN TV AZTECA⁴⁴

En la segunda mitad de los años 90 TV Azteca se caracterizó por tener preocupación por un producto para los niños, es decir, además de las caricaturas que transmitía buscaba realizar programas infantiles.

Contaba con una barra infantil, que no tenía un horario específico, pero que de lunes a viernes presentaba un programa infantil. Algunos duraron muchos años como “Caritele”, otros duraron sólo meses, hasta que se tomó la decisión de sacar la programación infantil, por razones no conocidas.

⁴³ La jornada, 27 de Septiembre de 1994. p. 28

⁴⁴ Historia reconstruida por Mónica Orozco, ex trabajadora de TV Azteca.

2.3.1 Programación infantil de TV Azteca

2.3.1.1 “Caritele”⁴⁵

Se transmitió durante 5 años de 1993 a 1997, su productor fue Rodrigo Martínez Treviño. El programa tenía el horario de lunes a viernes de 15:00 a 17:00 horas en la barra de caricaturas del canal 7 y los sábados de 8 a 12 horas.

El programa pasó por dos formatos:

- 1) Estaba enfocado a sólo ser el pie de las caricaturas de canal 7, que eran “Caballeros del Zodiaco”, “Sailor Moon”, “Felix el gato”, entre otras, estaba compuesto por juegos y trivias de las caricaturas que se les realizaban a los niños que llamaban al programa.

Las conducciones estaban a cargo de Adriana De Castro y Gerardo Herrera Mendieta (actual post productor de “Ventaneando”), el cual interpretaba al famoso dinosaurio verde llamado “Carisaurio”.

Las conducciones se llevaban a cabo en una cabina, no muy llamativa por que la producción contaba con bajo presupuesto, por decirlo de alguna forma era del estilo de la cabina del Tío Gamboín.

Así se realizaba el programa de lunes a viernes y los sábados se transmitía desde el estudio, contaba con niños invitados de escuelas diferentes para competir entre sí en diversos concursos.

⁴⁵ Historia reconstruida por Eduardo Chávez de Castro, ex conductor de Caritele, debido a que no existe ningún registro escrito de dicho programa.

2) Al segundo formato se agregaron más conductores y nuevas secciones, para intentar conservar por más tiempo la atención de los niños y no sólo lo percibieran como el pie a las caricaturas. El formato del programa consistía en dividir los días de la semana en secciones, es decir, cada día se presentaban temas diferentes.

La programación de lunes a sábado estaba conformada de la siguiente manera:

- Lunes

Tema Safari: conducido por Claudia Ayala y Daniel Staci, sus personajes estaban caracterizados con vestuario tipo safari, el objetivo del día radicaba en presentar reportajes que tuvieran que ver con el mundo animal.

- Martes

El show de Bozo: Juegos y concursos con niños invitados.

- Miércoles

Era el programa tradicional, conducido por Adriana De Castro y el "Carisaurio", donde se concretaban a dar los pies de las caricaturas, con un poco más de interacción con los niños que llamaban al estudio.

- Jueves

Conducido por Paty y Nando, presentaban reportajes de patinaje.

- Viernes

La lupa Lupe y Max, se exhibían reportajes que realizaba Max, los cuales mostraban el funcionamiento de las cosas, desde un teléfono hasta un elevador, siempre con un lenguaje fácil de entender para los niños. El personaje de Max era súper inocente y despistado, todo lo que él enseñaba o tocaba lo echaba a perder.

- Sábados:

Programa con Adriana De Castro y el “Carisaurio”, se presentaban los reportajes de las diferentes secciones de la semana.

“Caritele” se realizaba con bajo presupuesto, así que su escenografía no era más que un chroma donde incrustaban cualquier imagen y una mesa, el éxito de “Caritele” se reflejaba en el buen rating que obtenía, pero aún así sale del aire el 28 de febrero de 1998, cuando TV Azteca decide sacar la programación infantil.

Eduardo Chávez de Castro⁴⁶, actual supervisor del departamento de Edición y Post producción de TV Azteca y ex conductor de “Caritele” que personificaba a “Max” comentó. “Para mi trabajar en “Caritele” ha sido de las mejores etapas de mi vida, fue totalmente un parte aguas, tuve que encontrar a mi niño interior para poder hablarle a los niños, aprender a comunicarme con un lenguaje claro. Tenía una gran responsabilidad, porque era un programa en vivo, tenías que cuidar mucho lo que decías, por que los niños toman ejemplos de sus personajes o conductores preferidos.”

⁴⁶ Historia reconstruida por Eduardo Chávez de Castro, ex conductor de Caritele, debido a que no existe ningún registro escrito de dicho programa.

2.3.1.2 “Bucaneros”⁴⁷

Producido por Kippy Casados, programa de concursos, con duración de una hora, su escenografía consistía en detalles piratas, barco, tesoros, de hecho los concursos eran acordes con este tema.

2.3.1.3 “La hora de los chavos”⁴⁸

Coproducción TV Azteca y “Mayo Producciones”, su creación residía en la productora Gloria Mayo y la dirección de escena de Francisco René Anaya Martínez, conocido como Paco Lala’s.

Tenía una duración de media hora, se transmitía de lunes a viernes de 19 a 19:30 horas y sus conductores principales eran Gloria Aura y Ulises.

El programa estaba dividido en 3 equipos: foro, musicales y realización.

- A. Foro: Se presentaban sketches donde los conductores hacían las parodias de algunos programas de TV Azteca, las escenografías se imitaba, algunas eran idénticas y algunas otras lo más parecido posible, por ejemplo: “Hechos” era “Desechos”, “Evidencias” era “Evirrancias” o “Ventaneando” era “Chacotando”.

⁴⁷ Historia reconstruida por Claudia Solís, ex editor del programa “Bucaneros”, debido a que no existe ningún registro escrito de dicho programa.

⁴⁸ Entrevista realizada el día 16 de octubre de 2005, por la autora para fines de este trabajo.

B. Musicales: Conducido por Gloria Aura y Ulises, en esta sección la idea era enseñar a los niños a bailar las piezas musicales de moda, se montaba la coreografía y se explicaba lo más lento posible para que los niños desde sus casas lo intentaran.

C. Realización: Hacían también parodias pero desde diversas locaciones.

“La hora de los chavos” al igual que “Caritele” sale del aire cuando quitan la barra de programas infantiles.

2.3.1.3 “Nintendomanía”⁴⁹

Programa pagado por la revista “Nintendo”, conducido por Maggi Heggi, Mark Tacher y Gus Rodríguez (actual mano derecha de Eugenio Derbez).

El concepto del programa era mostrar a los televidentes la manera más sencilla para poder conquistar los videojuegos de Nintendo.

El programa se renueva a mediados de 1998, su nuevo formato consistía en invitar a diversos personajes, que retaban y jugaban en el programa.

Este programa no sale del aire al igual que toda la barra infantil, debido que TV Azteca tenía un contrato con la revista “Nintendo”, que se terminaba a finales de 1998, una vez vencido el plazo se decide ya no renovarlo y es entonces que TV Azteca se queda sin ningún programa infantil.

⁴⁹ Historia reconstruida por Eduardo Chávez de Castro y Mónica Orozco, debido a que no existe ningún registro escrito de dicho programa.

2.3.1.4 “Los cuentos de Cachirulo”⁵⁰

El año de transmisión fue 1998, sólo se transmitieron 4 programas, estaba bajo la producción de Fátima Arreola, la cual era una productora novata, ya que en el primer programa se gastaron muchísimo dinero, mas allá del presupuesto permitido, debido a que no se grababa en TV Azteca, sino en un foro en Tlanepantla y el transportar la escenografía hasta la locación implicaba grandes costos.

El concepto fue el mismo que se manejó antes de que llegara a TV Azteca, el teatro fantástico, sólo que estaba mejor realizado.

Roberto Varela⁵¹, ex Jefe de responsable de Relaciones Públicas de “Los cuentos de Cachirulo”, en entrevista comentó: fue una experiencia muy bonita, aunque desesperante por que nos tardábamos en grabar dos días completos para un programa de una hora, pero aún así era increíble remontarte a tu niñez, además de que Cachirulo, era un viejito bonito, adorable y cursi, que inspiraba demasiada ternura.

Extraoficialmente se dice que Martín Luna, ejecutivo de TV Azteca, decide desaparecer la barra de infantiles, porque no es un negocio rentable y no presentaba grandes ingresos.

Pero la realidad es que no se dio ninguna explicación, sólo se anunció que toda la barra salía del aire el 28 de febrero de 1998.

⁵⁰ Historia reconstruida por Roberto Varela, ex jefe de responsable de Relaciones Públicas de los “Cuentos de Cachirulo” y actual Jefe de responsable de Relaciones Públicas y ventas de Tempranito, debido a que no existe ningún registro escrito de dicho programa.

⁵¹ Entrevista realizada el día 19 de octubre de 2005, por la autora para fines de este trabajo.

2.1.3.5 “Disney Club”⁵²

En el año 1999 se empieza a producir nuevamente un programa infantil, debido a que se consigue un convenio con Disney.

Irazema Lizzáraga⁵³, responsable de Talento del programa Disney Club por más de 5 años, afirmó que Disney firmó un contrato con TV Azteca para su promoción, la cual consistía en que se obtendría la transmisión de todos los estrenos de las películas de Buena Vista, a condición de que difundieran su producto, esto implicaba un programa para niños con promoción a los parques Disney y a sus películas, no exigían ningún tipo de formato, sólo que cumplieran con lo antes señalado, al principio se firmó dicho contrato por 5 años, ahora se renueva cada 2.

Es un programa con duración de 2 horas que se trasmite los sábados por canal 7, de 9 a 11 horas (adelante se hablará más extensamente de su historia, ya que es el referente de estudio).

2.3.1.6 “Cybercuates”⁵⁴

Inició el 24 de octubre de 2004, se transmitía los domingos a las 8:00 de la mañana, por Azteca 7. El programa era conducido por Joel y Sabina, donde vivían aventuras acompañados por otros personajes como: PROCESOR, MEMORIA, CHIP y VIRUS; títeres que eran los antihéroes de este cyberprograma, quienes se desplazan por el mundo del conocimiento, el juego y la información, en un mundo virtual.

⁵² Historia reconstruida por Irazema Lizzáraga, ex Responsable de Talento del programa “Disney Club” debido a que no existe ninguna información por escrito.

⁵³ Entrevista realizada el día 20 de octubre de 2005, por la autora para fines de este trabajo.

⁵⁴ <http://www.tvazteca.com/programas/noticias/cyber/secciones.shtml>

También se daban a conocer aspectos del mundo real, por ejemplo: niños de diferentes comunidades, animales, plantas y títeres con quienes realizaban experimentos. Entrevistaban a diversas personalidades en secciones como: "Zoografías", "Harto arte", "Chochos de sabiduría", "El salón de la fama", "Misión posible", etc.

"Cybercuates" era producido por Hilda Soriano Cienfuegos y tenía un formato cibernético, que constaba de las siguientes secciones:⁵⁵

- Cómo somos: El hombre como ser vivo.
- El salón de la fama: Personajes de la historia.
- Papaloteando: Salas de museos.
- Zoografía: Desarrollo y evolución de las especies.
- Adivinarte: Mundo del arte.
- Misión segura: Seguridad para los niños.
- Receta: Cómo preparar comida.

Después de unos cuantos meses de transmisión, sale del aire debido a su bajo rating.

2.3.1.7 "Kolitas"⁵⁶

Nace el concepto de "Kolitas" desde hace 25 años, con el objetivo de ser un programa de comunicación positiva, presentado por personajes que representan a los animales de la naturaleza, los cuales brindan a los niños entretenimiento sin violencia.

⁵⁵ <http://www.tvazteca.com/programas/noticias/cyber/secciones.shtml>

⁵⁶ <http://www.tvazteca.com/programas/entretenimiento/Kolitas/concepto.shtml>

En el programa “kolitas” conviven 18 personajes de la fauna silvestre, quienes interpretan perfiles psicológicos de niños en situaciones cotidianas, donde a través de una atmósfera de diversión y aventura generan conceptos de autoaprendizaje, ayudando así al desarrollo infantil.

Los personajes han sido inspirados en la naturaleza con trazos redondos y formas amables para ser fácilmente identificables por los niños.

Las secciones del programa son:

- Videoclip: Dos videoclips realizados durante la grabación del cuento.
- Musical: Con María Mariposa, Lito, Danielita y los animales.
- Cuento: Historias que dejan alguna enseñanza.
- Los niños opinan: Se realizan preguntas a los *niños*, referente al tema del cuento y ellos emiten su opinión.
- Pupets: Sketches en los que participan los personajes.
- Personaje: Testimonio de algún familiar, amigo o maestra de un niño o niña que hizo algo sobresaliente.

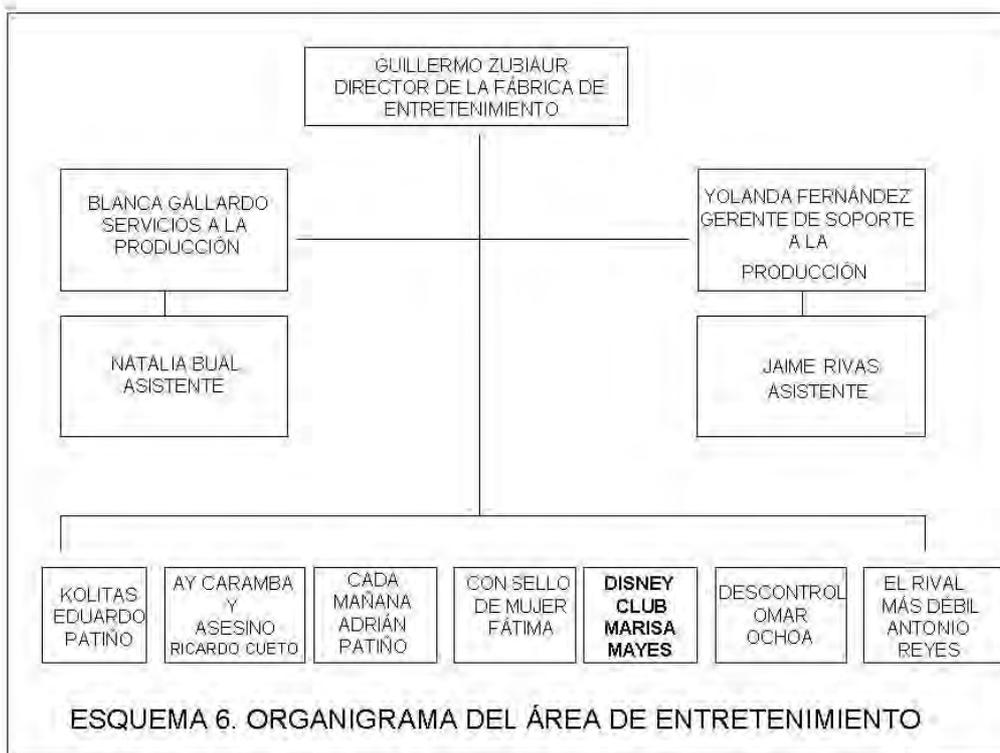
“Kolitas” sufre una gran inestabilidad en TV Azteca, debido a su cambio constante de productor y sus repetidas salidas del aire. Su actual productor es Eduardo Patiño.

“Disney Club” es el único programa infantil en este momento que tiene asegurada su transmisión por lo menos este 2006.

2.3.2 Organigrama del departamento de entretenimiento de TV Azteca ⁵⁷

TV Azteca está dividido por diferentes áreas, una de ellas es el departamento de entretenimiento, que está conformado por todas las producciones.

“Disney Club” pertenece a esta área, que se encuentra organizada de la siguiente manera:



⁵⁷ Organigrama proporcionado por Cristina Covarrubias, Gerente Administrativo del programa “Disney Club”.

2.4 HISTORIA DE PROGRAMA “DISNEY CLUB”

2.4.1 Antecedentes ⁵⁸

El contrato que firmó TV Azteca con Disney se dio a finales de 1998 y una de sus cláusulas contemplada en el contrato era que debía existir promoción de los productos Disney, es por ello que se da la realización del programa televisivo “Disney Club”

En sus inicios el programa no se realizaba en TV Azteca, sino en la casa productora “Veneno Producciones” y el nombre de la emisión televisiva era “Cru”, el conductor principal era Giovanni Florido.

A finales de 1999, se comenzó a realizar en TV Azteca bajo la producción de Martha Zavaleta y la dirección de Héctor Zavaleta.

En el año 2000 tenía un formato de revista, con duración de 2 horas, una hora de caricaturas y otra de contenido de programa.

Los conductores centrales eran Rodrigo Zurita y Miguel Ángel Valdés, el programa estaba compuesto por las siguientes secciones:

- Conexión D: Conducido por Maggie Heiggy, se presentaban los parques Disney.
- Notidisney: Conducido por Ixchel y Jaqui, se exponían secciones que tuvieran que ver con productos Disney.
- Trivia: Se hace una pregunta de alguna película Disney y el público puede llamar y llevarse un regalo Disney.

⁵⁸ Historia reconstruida por Irazema Lizárraga y Mónica Orozco, que tenían el cargo de Responsables de Talento y Edición, respectivamente del programa Disney Club, ya que no existe ninguna información por escrito.

- La cámara de Giovanni: Reportajes de cosas curiosas.
- Fechorías: Era una sección de juegos con gente del público y lo conducían Liz Valdés y Mariana Torres.
- Video Clips y Cantantes: Espacio Musical, se tuvo como invitados a Marcos Valdés y el grupo Twist.
- Caricaturas: Las aventuras de Timón y Pumba y El Recreo.

Las caricaturas que se transmiten en el programa son elegidas por Disney, ellos son los que deciden qué caricaturas y qué capítulos se transmiten.

En el año 2001 el programa sufre algunos cambios, se dan las salidas de Ixchel y Jaqui y entran nuevos conductores: Altair, Sofía, Danie y Brian Minutti.

En ese año el programa sigue bajo la producción de la señora Martha Zavaleta y la dirección de su hijo Héctor Zavaleta, en esta etapa intentan darle un personaje específico a cada conductor, por ejemplo: Danie la intelectual, Sofía la bromista, Altair la bonita, entre otros.

El programa deja de ser de revista y se convierte en temático, es decir que hacían viajes al interior de la República Mexicana y en cada transmisión se contaban historias diferentes, con el objetivo de dar a conocer más la región que se visitaba, por ende salen algunas secciones como Notidisney, pero el programa conserva la mayoría de sus secciones.

Las conducciones de foro son realizadas por todos los conductores, su escenografía era muy llamativa y divertida. “Disney Club” siempre ha manejado colores que reflejen alegría.

En el año 2002, se integra Gerardo Lama, nuevo conductor que haría compañía a Giovanni.

Se da un cambio de formato, el programa sigue siendo temático, pero se le agregan secciones nuevas.

- D Curiosos: Reportajes de cosas curiosas que no son de conocimiento general.
- D Aventura: Reportajes de deportes.
- Mira lo que me encontré: Reportajes de cosas llamativas.
- Cuentos del Caldero: Cuentos chuscos.
- Vistazoo: Información sobre animales.
- Caricatura nueva: Buzz Light Year.
- ¿Sabías qué? Datos curiosos.

La productora Martha Zavaleta sigue con la idea de que los conductores tengan una identidad establecida, por eso se les asignan secciones, por ejemplo, Rodrigo hacía *D Aventura*, Giovanni y Gerardo conducciones de Cuentos del Caldero, Mariana, Sofía y Altair, *Mira lo que me encontré* y *D Curiosos*.

A mediados del año 2002 el programa sufre nuevos cambios, salen varios de los conductores: Liz Valdés, Danie, Brian y Miguel Ángel, además de la sección fechorías.

Renuevan la escenografía, ahora las conducciones se realizan en una cabina, pero respetando los colores vivos del programa. Esta cabina tenía más características Disney, ya que estaba adornada con sus productos y sus personajes más famosos del momento.

En el año 2003 el programa deja de ser temático y se establece que sólo habrá secciones, en esta nueva etapa los conductores vuelven a rolar puestos. Giovanni y Gerardo a conducciones del programa, Mariana, Rodrigo y Sofía realizaban los reportajes.

El programa conserva su formato hasta el año 2004 en que la señora Martha Zavaleta deja de producirlo, la nueva producción esta acargo de Guillermo Rosales, quien respeta la esencia y busca darle un perfil específico a cada niño(a), se realizan cambios de escenografía y de algún nombre de sección. Por ejemplo: ¿Sabías qué? se renombra "Pasa la voz", se integran dos nuevas secciones: Fíjate bien, que tiene por objetivo que los niños se vuelvan más observadores, se pone una imagen de alguna película disney y se hace una pregunta sobre algún objeto; y D Coto entrevistas a personajes disney.

El productor Guillermo Rosales permite un nuevo cambio de estilo en la edición del programa, deja que los reportajes de *D Aventura* sean más arriesgados, en pocas palabras, intenta dar una imagen renovadora y dinámica al programa.

Entra una nueva conductora Adriana Jiménez, la cual será la pareja de Sofía en las secciones *D Curiosos* y *Mira lo que me encontré*, Rodrigo y Mariana realizan la sección de *D Aventura* y Giovanni y Gerardo se quedan con la conducción central del programa.

En las conducciones centrales, el programa tiene un tema diferente cada emisión, es decir que se disfrazan de acuerdo al tema del día.

A mediados del año 2004 sale la caricatura Buzz Light Year y la sustituye Kim Posible.

En 2004 Disney tiene el mejor rating de su historia, en años anteriores tuvo un rating de 3 ó 4 puntos, en este año llega hasta 6 puntos y con esto también se consigue que el programa deje ser una emisión de números rojos, es decir que costaba más de lo que dejaba y pasa a ser un programa de números negros, que significa que el programa ya es producido a menor costoso.⁵⁹

⁵⁹ <http://radiopasillo.com>, página de Internet sólo para el personal que labora en TV Azteca.

En este mismo año salen los conductores Rodrigo Zurita y Mariana Torres. En febrero de 2005, Guillermo Rosales deja la producción del programa “Disney Club” y se queda con ella la productora ejecutiva Marisa Mayes.

2.4.2 Actualidad del programa “Disney Club” ⁶⁰

Su productora es Marisa Mayes, la cual renueva el formato, pero conserva su esencia original.

Las secciones que permanecen son:

- Conexión D
- Mira lo que me encontré
- D Curiosos
- D Aventura
- Trivia
- Cuentos del Caldero
- Pasa la voz
- Vistazoo
- Fíjate bien

Secciones nuevas son:

- Ilusión D: Presentan imágenes virtuales o de ilusión.
- Desafío D: Explican la diferencia entre algunas palabras que usamos cotidianamente, pero que pueden estar mal empleadas por el diferente significado, por ejemplo: ¿cómo se dice piso o suelo? ¿cómo se dice jarrón o florero? y te exponen el significado de cada una.

⁶⁰ Historia reconstruida por Mónica Orozco, debido a que no existe ninguna información escrita.

- Descúbrelo: Dan pistas para descubrir algún personaje disney.
- Detrás D: Muestra partes curiosas u ocultas de las películas disney, que no son de conocimiento general.
- Encuéntralo: Exponen partes de películas disney con el objetivo de que se busque el objeto o personaje a identificar.
- Y me quedé pensando: Son chistes de analogías de palabras.
- Nueva Caricatura: Lilo y Stich.

Las nuevas secciones pretenden conseguir más la atención de los niños y tener una interacción más grande y con ello ayudar a los niños a que agudicen sus sentidos.

También hay cambio de conductores, sale Gerardo y Sofía Lama y se integran José Joaquín, Mary Jo, Xabiani y Érick.

Como se mencionó anteriormente el programa Disney tiene que dar promoción a los parques Disney, algunos de los que se han presentado son:

- Parque de los Ángeles
- Parque de Orlando
- Crucero Magic Mirror

Disney tiene contrato hasta diciembre de 2006, TV Azteca y Buena Vista tendrán que analizar si se renueva el contrato.

2.4.3 Organización hoy día del programa “Disney Club”⁶¹

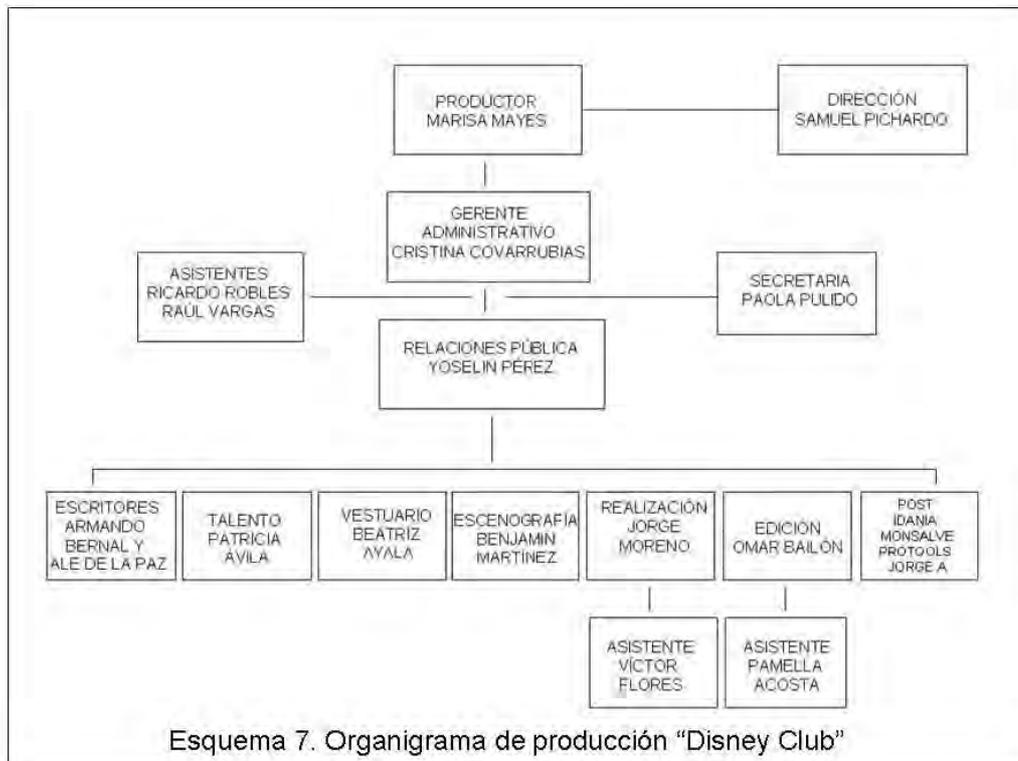
La realización de un programa televisivo está basada en tres áreas fundamentales: preproducción, producción y postproducción.

Preproducción: Son la gente que contribuye a las ideas, escenografía, locaciones, etc.

Producción: La realización de reportajes.

Postproducción: Es el amar y vestir el programa.

El siguiente organigrama muestra las funciones de la producción de “Disney Club”.



⁶¹ Organigrama proporcionado por Cristina Covarrubias, Gerente Administrativo del programa “Disney Club”.

2.4.3.1 Funciones del personal del programa “Disney Club”⁶²

PREPRODUCCIÓN

- Productor, Marisa Mayes: Es la que crea y diseña las ideas del programa.
- Director, Samuel Pichardo: Sigue la línea de la producción desde el inicio hasta el final y es el encargado de la supervisión del área de edición y post producción.
- Gerente Administrativo, Cristina Covarrubias: Encargada de coordinar los servicios y actividades de logística, además de la planificación de los presupuestos y tiempos de la producción.
- Relaciones Públicas, Yoselín Pérez: Su función es conseguir los contactos para realizar reportajes, tener locaciones e invitados.
- Escritores, Armando Bernal y Alejandra de la Paz: Son los que concretan en papel las ideas del productor para darle un toque más creativo.
- Responsable de Talento, Patricia Ávila: Tiene el trabajo de coordinar llamados, vestuario, imagen de los conductores y técnicamente es la niñera de los conductores, que son menores de edad.
- Responsable de Vestuario, Beatriz Ayala: Coordina imagen y vestuario de conductores, se encarga de elegir los colores de los reporteros de acuerdo a sus características.

⁶² Funciones reconstruidas por Cristina Covarrubias, Gerente Administrativo del programa “Disney Club” y Mónica Orozco, ex trabajadora de TV Azteca, debido que no existe ninguna información por escrito.

- Escenografía, Benjamín Martínez: Ordena el montaje, la ambientación, la utilería, en sí es quien lleva el peso de la imagen del programa.
- Realización, Jorge Moreno: Responsable de levantamiento de imagen, plantea un discurso visual apoyado en las acotaciones que le entregan los escritores.
- Asistente de Realización, Víctor Flores: Brinda apoyo al realizador en locaciones, tomando bitácora de tiempos, cuidando iluminación y dirección.

PRODUCCIÓN

- Edición, Omar Bailón: Es el encargado de la construcción de imágenes y diseño de los reportajes, que ya están previamente determinados en un guión.
- Asistente de Edición, Pamella Acosta: Suministra material al editor para apoyar la edición.

POSTPRODUCCIÓN

- Postproducción, Omar Bailón: Pone los últimos detalles a la edición, es decir, pone la cereza al pastel, viste con efectos de video.
- Musicalización, Jorge Aguilar: Musicaliza el programa y brinda apoyo con efectos de sonido.

APOYO A PRODUCCIÓN

- Asistentes de producción, Raúl Vargas y Ricardo Robles: Son los responsables de ayudar en todas las áreas, desde un copiado hasta una escenografía.
- Secretaria, Paola Pulido: Es el enlace en oficina con todos y cada uno de los elementos que conforman la producción.

2.4.3.2 Explicación del referente a estudiar

El referente de este estudio es conocer la opinión pública de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido; a continuación se enunciará lo correspondiente a cada apartado:

1. Contenido:

- a) Secciones: Cuentos del Caldero, D Aventura, D Curiosos, Mira lo que me encontré, Ilusión D, Conexión D, Trivia, Y me quede pensando, Conexión D, Pasa la voz, Vistazoo, Fíjate bien, Desafío D, Descúbrelo, Detrás D y Encuéntralo.
- b) Caricaturas: Las aventuras de Timón y Pumba, El recreo y Lilo y Stich.
- c) Conductores: Giovanni Florido y José Joaquín
- d) Reporteros: Adriana, Mary Jo, Xabiani y Érick.

2. Forma:

- a) Escenografía de programa.
- b) Diseño de programa.
- c) Tipo de secciones.
- d) Tipo de reportajes
- e) Duración y capítulos de caricaturas.

2.5 FILOSOFÍA DE TV AZTECA

2.5.1 Misión ⁶³

Crear valor para nuestros accionistas al producir y distribuir el mejor contenido para la televisión en español en el mundo.

2.5.2 Visión ⁶⁴

Ser la mejor televisión de habla hispana del mundo dedicada a entretener, formar e informar a la sociedad, sustentada en nuestro código de valores:

- **Entretener:** Enriquecimiento del hombre a través del disfrute del tiempo libre, es decir, el derecho que todos y todas tenemos al sano esparcimiento, la diversión interesante y emotiva y al enriquecimiento a través del disfrute del tiempo libre.
- **Informar:** Comunicar de manera veraz, objetiva y oportuna los acontecimientos relevantes para la sociedad.

⁶³ <http://www.tvazteca.com/corporativo/cultura/vision.shtml>

⁶⁴ <http://www.tvazteca.com/corporativo/cultura/vision.shtml>

- **Formar:** La responsabilidad de educar a la población en cuatro ámbitos Fundamentales.
 - a) La democracia.
 - b) El desarrollo y la prosperidad económica.
 - c) La convivencia social.
 - d) La justicia.

2.5.3 Valores ⁶⁵

Familia, esfuerzo, aprendizaje, pasión, generosidad, honestidad, confianza, libertad, respeto y tolerancia, y amor por México.

- a) **Familia:** Núcleo natural que ofrece incondicionalmente amor, valores, educación y la gran habilidad de descubrir los propios errores, formación, que durante toda la vida te ayudará a ser cada vez mejor.

Icono:

Representa a los integrantes de una familia, conforman la unión familiar y el apoyo mutuo requerido para salir adelante.

Color:

Amarillo: Representa alegría, entusiasmo, diversión y optimismo.

Frases:

“Sólo cuando meditamos lo que nos esforzamos por nuestros hijos, empezamos a darnos cuenta de la deuda que tenemos contraída con nuestros padres”. Anónimo.

- b) **Aprendizaje:** Cualidad propia de las personas abiertas y deseosas de crecer como seres humanos. Aprende el que es consciente de sí mismo y entiende que necesita de los demás para mejorar.

⁶⁵ <http://www.tvazteca.com/corporativo/cultura/vision.shtml> y <http://radiopasillo.com>, esta última solo es para el personal que labora en TV Azteca.

Icono:

Dos elementos en posición encontrada que se transmiten conocimiento.

Color:

Amarillo: Alegría y entusiasmo para absorber el aprendizaje.

Frases:

“El aprendizaje no sólo exige escuchar y poner en práctica, sino también olvidar y después volver a recordar”. John Gray.

- c) **Esfuerzo:** Las grandes metas de la vida, nuestros mejores logros requieren esfuerzo y constancia. El éxito cuesta y requiere mucho compromiso. Para lograr nuestros objetivos necesitamos dedicación total.

Icono:

Este símbolo representa un puño, una mano que se esfuerza.

Color:

Verde: Vitalidad, triunfo, crecimiento, abundancia y prosperidad.

Frases:

“El problema es que si no arriesgas nada, estás arriesgando aún más”.

Anónimo.

“Haz eso que pienses que no puedas hacer”. Anónimo.

- d) **Pasión:** Nos lleva a superar todos los obstáculos y a realizar lo que consideramos bueno. La pasión es entrega total a nuestros ideales, comprometidos más allá que con el simple cumplir. La perfección sólo se alcanza con pasión.

Icono:

Representa la pasión, amor y entrega.

Color:

Rojo: Ánimo, determinación, entrega, energía, fuerza y pasión.

Frases:

“Haz lo que ames, porque así amarás lo que haces”. Anónimo.

“En la vida real, el que no se rinde es todo un valiente”. Paul McCartney.

“Hay que haber vivido un poco para comprender que todo lo que se persigue en esta vida sólo se consigue arriesgando, a veces, lo que más se ama”. André Gide.

e) **Confianza:** ¡Sí se puede! Si tenemos confianza en nosotros mismos podremos lograr lo que nos propongamos. Si empezamos por creernos, si nos visualizamos como ganadores lo podemos lograr.

Icono:

Compuesto por dos elementos: uno que protege y el otro que confía.

Color:

Rojo: Ánimo, determinación, entrega, energía, fuerza y pasión.

Frases:

“No temas a lo que sabes”. Anónimo.

“Algunos encuentran el silencio insoportable, porque tienen demasiado ruido por dentro de ellos mismos”. Robert Fripp.

f) **Honestidad:** Consiste en la congruencia entre lo que pensamos, lo que decimos y lo que hacemos. La honestidad implica sinceridad, fidelidad, cumplimiento del deber, responsabilidad y decisión.

Icono:

Formado por un elemento que significa un ojo abierto y transparente.

Color:

Azul: Intuición que todos debemos tener para actuar con confianza.

Frases:

“Los buenos reconocen a los buenos”. Anónimo.

“Cuando se sabe una cosa, sostener que se sabe y cuando no se sabe admitirlo es el verdadero conocimiento”. Confucio.

g) **Generosidad:** Nos ayuda a entregarnos a los demás sin ningún interés. Es decir, a compartir logros materiales y espirituales con la familia, con amigos, con la sociedad.

Icono:

Los elementos se encuentran entrelazados, ya que comparten la entrega desinteresada.

Color:

Morado: Inspiración, espiritualidad y visión.

Frases:

“Si eres mi amigo eres mi abrigo”. Anónimo.

“Avanzando en estos tres pasos llegarás más cerca de Dios:

1. Habla con la verdad.
2. No te dejes dominar por la cólera.
3. Da aunque no tengas más que muy poco que dar”. Buda.

“El bien que hemos hecho nos da una satisfacción interior, que es la más dulce de las pasiones”. Descartes.

h) **Libertad:** Libres para decidir nuestras creencias, ideas y acciones, aceptando con responsabilidad las consecuencias. Libertad de mente, de corazón y de voluntad, que dé sentido a toda nuestra vida y que nos permita ser siempre nosotros mismos.

Icono:

Se compone de tres elementos libres y naturales, el viento, el agua y el fuego.

Color:

Azul: Proyecta la visión para actuar libre y decididamente, con confianza en nosotros mismos.

Frases:

“La vida es lo que te sucede mientras tu haces otros planes”. Anónimo.

“Juventud: ¿Sabes que la tuya no es la primera generación que anhela una vida plena de belleza y libertad?”. Albert Einstein.

- i) **Respeto y tolerancia:** Las diferencias enriquecen siempre. Por el respeto somos capaces de valorar todo lo positivo que hay en los demás y por la tolerancia consideramos las opciones de los demás aunque no coincidamos con ellas.

Icono:

Representación de dos elementos que convergen de lados opuestos encontrándose en un punto medio.

Color:

Morado: Relajación y espiritualidad necesarios para respetar a todos los que nos rodean.

Frases:

“Respetar a todos, cada persona que conozcas es mejor que tú en algo y tiene una lección que enseñarte”. Cindy Francis.

“Trata a los demás como si ya fueran lo que tú sabes que pueden llegar a ser”. Cindy Francis.

“Tener tacto es, después de todo, una manera de leer el pensamiento”. Anónimo.

- j) **Amor por México:** Hagamos que nuestro amor por México sirva para construir un mejor país. En todo lo que hagamos utilicémoslo para transmitir los valores, tradiciones y cultura de nuestra nación.

Icono:

La línea continua representa a la República Mexicana.

Color:

Verde: Ánimo, superación y prosperidad.

Frases:

“Los niños mexicanos tiene más necesidad de modelos que de críticos”.

Carolyn Coats.

“Todo lo bueno que haces por ti, lo haces por tu país, ¿Imagínate si todos hiciéramos algo bueno?”. Anónimo.

2.5.4 Relación de TV Azteca con la audiencia infantil ⁶⁶

La capacidad de los niños para percibir e intuir mensajes es muy alta; su apertura y cuestionamiento a todo lo que se presenta en la pantalla exige una atención especial puesto que los mensajes transmitidos forman en el niño la mentalidad de su vida adulta. La preocupación de TV Azteca en relación a la niñez debe enfocarse a la educación para los medios y no en la censura. El criterio no consiste en eliminar conceptos o imágenes sino en educar, esto implica la creación de una dinámica especial en cuanto a la programación, la información y la formación.

⁶⁶ <http://radiopasillo.com>, página sólo para el personal de TV Azteca.

2.5.4.1 Veracidad ⁶⁷

La mente del niño(a) tiende a la ensoñación, a la fantasía y al simbolismo, por lo que requiere de la presentación realista para madurar como persona y formar su juicio, a partir de bases educativas. La veracidad significa la correcta adecuación de la inteligencia infantil con la realidad buscando el equilibrio.

2.5.4.2 Objetividad ⁶⁸

La presentación de los programas para niños, exige imparcialidad y cercanía. El niño(a) tomará como criterios absolutos lo que aparezca en la televisión imitándolo en su vida real. Para saber cómo presentar la realidad y la fantasía a los *niños*, conviene que TV Azteca haga los estudios pertinentes identificando con precisión los objetivos y las características propias de cada programa. Por estos motivos, deberá evitarse la presentación de todos aquellos comportamientos amorales, inmorales o crítica indiscriminada a la autoridad, corrupción, sexo explícito, violencia, comportamiento incivilizado de manera que no se rompa la inocencia e ilusiones del niño(a) y que sea un impulso a su creatividad y maduración.

2.5.4.3 Universalidad ⁶⁹

La capacidad del niño(a) para establecer distinciones, especializaciones y particularidades en los temas se desarrolla paulatinamente, por ello, cada programa, según el auditorio particular al que va dirigido deberá ser adecuado para poder ser visto por todos los niños que conforman el segmento al que va dirigido. El niño(a) tiene su propio lenguaje al igual que el adulto tiene el suyo. Se

⁶⁷ <http://radiopasillo.com>, página sólo para el personal de TV Azteca.

⁶⁸ <http://radiopasillo.com>, página sólo para el personal de TV Azteca.

⁶⁹ <http://radiopasillo.com>, página sólo para el personal de TV Azteca.

mantendrá el criterio de pertinencia como en el resto de la programación, recordando que debemos atender a las características del niño(a) y no a lo que los adultos piensan sobre ellos. El criterio será siempre positivo: educar.

2.5.4.4 Espíritu constructivo ⁷⁰

Ésta puede constituirse en el gran medio de educación y formación. TV Azteca buscará siempre el desarrollo de la maduración en el niño(a), ofreciéndole mensajes que le permitan conocerse a sí mismo y al mundo que le rodea.

2.5.4.5 Pertinencia ⁷¹

Los criterios de pertinencia toman caracteres muy determinados en el caso de los *niños*: la edad, el grado de escolaridad, la situación familiar generalizada en el país, la situación misma del país. El modo como se vive la infancia es diferente dependiendo de cada situación.

TV Azteca estará atenta para respetar y atender estas situaciones, apoyando a los niños que se encuentren en situaciones más difíciles. Por ejemplo: en una situación de inseguridad ciudadana en México, se evitarán programas que causen intranquilidad.

2.5.4.6 Comprensión ⁷²

La barra infantil será siempre educativa. Adaptar el lenguaje televisivo a la mentalidad del niño(a) no significa ni deformar el lenguaje ni deformar al niño(a) en el uso del mismo. Por otra parte, el niño(a) está en proceso de desarrollo físico y mental, su emotividad está muy desarrollada y no está dominada todavía por la racionalidad.

⁷⁰ <http://radiopasillo.com>, página sólo para el personal de TV Azteca.

⁷¹ <http://radiopasillo.com>, página sólo para el personal de TV Azteca.

⁷² <http://radiopasillo.com>, página sólo para el personal de TV Azteca.

Estas situaciones obligan a programadores, guionistas, conductores y productores a entender la visión que el niño(a) tiene de la vida y a transmitir mensajes comprensivos y respetuosos.

2.5.4.7 Responsabilidad ⁷³

El futuro de un país se centra en la educación de los niños y de los jóvenes. Toda empresa de comunicación posee la capacidad de influir en las decisiones más profundas de la persona, especialmente cuando se encuentra en un proceso de desarrollo integral. No se puede experimentar con conceptos o imágenes para probar las reacciones.

Los departamentos de entretenimiento e información relacionados con la programación infantil deben basar sus decisiones en estudios psicosociales completos y fidedignos para que nunca se dé un paso en falso y sepa responder de sus decisiones. En el caso de la niñez estos pasos pueden ser irre recuperables.

2.5.4.8 Diálogo ⁷⁴

El niño(a) busca ansiosamente el diálogo. Sus preguntas pretenden identificar claramente la realidad, esto indica que el proceso mental del niño(a) es extraordinariamente rápido para acumular información aún cuando carece de la formación necesaria para procesarla. TV Azteca considera al niño(a) un sujeto de diálogo.

La novedad del mundo infantil exige nuevas creaciones que permitan contar con la asiduidad de los niños.

⁷³ <http://radiopasillo.com>, página sólo para el personal de TV Azteca.

⁷⁴ <http://radiopasillo.com>, página sólo para el personal de TV Azteca.

TV Azteca debe escoger con especial cuidado al personal que labora en los programas infantiles, porque la creatividad exige nivel intelectual, percepción psicológica y madurez. Se trata principalmente de promover nuevas formas para tratar los aspectos que atraen al sector infantil.

2.5.4.9 Programación ⁷⁵

TV Azteca tiene una política firme para hacer que las 21 horas. sea el punto pivote de la televisión en la noche. Durante una franja de programación anterior, excepto en circunstancias excepcionales, todos los programas en nuestros canales domésticos deben ser aptos para una audiencia general incluyendo niños. Sin embargo, es posible que los niños vean programas de televisión en horarios que sobrepasen el punto señalado, por ello, TV Azteca espera que los padres compartan la responsabilidad de educar a sus hijos para que sepan juzgar lo que ofrece la televisión.

2.6 JUSTIFICACIÓN

La importancia de realizar un estudio de opinión pública para el programa Disney Club se debe a que la emisión televisiva está enfocada a los niños, los cuales son los adultos del mañana y serán los que van a dirigir nuestra sociedad. A la producción le interesa saber que opinan de su contenido, ya que saben el alto impacto que pueden causar en la audiencia infantil.

⁷⁵ <http://radiopasillo.com>, página sólo para el personal de TV Azteca

Los medios de comunicación producen, transmiten e inculcan colectivamente las diversas ideologías dominantes que requieren las distintas clases sociales. Los medios de difusión se dirigen simultáneamente a multitud de sectores constituidos por millones de receptores heterogéneos.

La información que difunden los medios de comunicación masiva imponen a los receptores una cultura estandarizada, idéntica para todos, que corresponde a los valores, creencias y representaciones de los grupos detentadores del poder comunicativo.

Los individuos que se exponen a los mensajes difundidos por estos medios no sólo los reciben sino que los asimilan, es decir, los aplican a su vida cotidiana. Dado que la base de todo proceso didáctico es la asimilación y aplicación de los contenidos, resulta entonces que los medios de comunicación masiva realizan una labor educativa, principalmente si se considera el elevado número de horas que el individuo contemporáneo pasa expuesto a ellos.

Antes era difícil ver una escena de violencia a las 10 de la mañana, hoy en día esto se transmite a cualquier hora, incluso algunas caricaturas tienen un alto contenido sexual y agresivo, lo cual está fácilmente al alcance de los niños.

Los medios se han vuelto descuidados y no se percatan de la agresividad que es proyectada hacia los niños.

Los programas infantiles presentan conductas fáciles de imitar, originan problemas en la educación sociocultural del niño(a), porque transmite diferentes modos de vivir, pensar y actuar, sostiene una relación entre lo imaginario y lo real.

Disney Club es un programa con la idea de proporcionar un entretenimiento sano y dar a los niños herramientas para que se interesen en aspectos culturales, deportivos, tecnológicos, científicos, es decir, intenta aportar una programación diferente para los niños.

La producción de Disney Club sabe de antemano que muchas veces los niños tienen en sus manos el control del televisor y sintonizan cualquier programa, por eso quieren dar un producto confiable para los padres y para los niños, pero que no sea aburrido.

Este estudio pretende mostrar los diversos intereses de los niños con el fin de que el programa esté hecho por ellos y para ellos.

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA DE ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO

En el presente capítulo se describe la metodología que se empleará para la elaboración del cuestionario, misma que comprende la enunciación del sistema hipotético (hipótesis nula e hipótesis alternativas), la relación de la tabla de operacionalización con el apartado teórico (Capítulo 1), la elaboración de la tabla de operacionalización, los criterios para la ordenación de los reactivos, el esquema de arboreación, la tabla de equivalencias, el cuestionario previo, la prueba piloto y el cuestionario final.

3.1 SISTEMA HIPOTÉTICO

A continuación se enuncia la hipótesis nula y las hipótesis alternativas:

Hipótesis Nula:

No se sabe la opinión pública de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido.

Hipótesis Alternativas:

1. El género sexual determina en un 50% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido.
2. La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido es de 2, en un rango de 1 a 5, donde 1 es la opinión más desfavorable y 5 la más favorable, lo cual está determinado por el género sexual.
3. La edad determina en un 80% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido.
4. La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido es de 3, en un rango de 1 a 5, donde 1 es la opinión más favorable y 5 la favorable, lo cual está determinado por la edad.
5. El grado escolar determina en un 60% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido.
6. La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido es de 2, en un rango de 1 a 5, donde 1 es la opinión más desfavorable y 5 la más favorable, lo cual está determinado por el grado escolar.

7. La posición familiar determina en un 80% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido.
8. La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido es de 3, en un rango de 1 a 5, donde 1 es la opinión más desfavorable y 5 la más favorable, lo cual está determinado por la posición familiar.
9. El lugar de residencia determina en un 70% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido.
10. La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido es de 3, en un rango de 1 a 5, donde 1 es la opinión más desfavorable y 5 la más favorable, lo cual está determinado por el lugar de residencia.

3.2 RELACIÓN DEL MARCO CONCEPTUAL CON LA TABLA DE OPERACIONALIZACIÓN

En el apartado 1.4 del primer capítulo se mencionó que la opinión pública es un subsistema del sistema comunicativo a partir de la Teoría General de Sistemas en donde se aseveró que el grupo social es análogo a los actores, que el cuestionario a través de un instrumento tecnológico traductor como es el teléfono, que las respuestas contenidas en la sustancia expresiva es análogo a las expresiones y que la dirección (opciones de los reactivos) y que la intensidad (porcentaje promedio de las respuestas de los encuestados) es análogo a las

representaciones, por lo que este estudio asume que forma parte del Sistema Comunicativo.

En el apartado 1.5 del mismo capítulo se mencionó que la opinión pública es un acto expresivo mediado, por lo cual debe ser visto desde la Teoría de la Mediación Social, de donde se toman los tres planos del modelo enunciado por Manuel Martín Serrano con respecto a los planos de la realidad. De tal forma que se hace análogo *el plano de la situación* al concepto de características sociodemográficas, *el plano de los principios* al concepto cognitivo nombrado aquí conocimiento; y *el plano de la mediación* al concepto de opinión.

La analogía antes descrita se argumenta con lo siguiente:

1. Los datos sociodemográficos son características que corresponden al grupo social específico que se estudia y que son variables independientes, las cuales la investigadora no manipula.
2. Los conocimientos se ubican en el plano de los principios debido a que deben ser producto del aprendizaje, en todo caso social, por parte de la persona a encuestar y están contenidos en la estructura psíquica denominada "Yo", es decir, en la parte racional de la cognición.
3. La opinión está ubicada en el plano de la mediación porque es la expresión de lo que el encuestado dice que sabe (conocimiento) y dice que tiene como características demográficas.

Por lo anterior, esta investigación operacionaliza como conceptos a investigar:

1. Conocimiento
2. Opinión
3. Datos sociodemográficos

3.3 ELABORACIÓN DE TABLA DE OPERACIONALIZACIÓN

La tabla de operacionalización sirve para hacer accesibles los conceptos que determinarán la construcción del cuestionario, y su utilidad es hacer accesibles los conceptos que determinarán su construcción.

El proceso de operacionalización comprende:

1. La definición de un concepto, que es una representación literaria, producto de una actividad intelectual.
2. La definición de categorías, que representan el análisis de los componentes del concepto, también llamados aspectos o dimensiones del concepto.
3. La definición de indicador, que es una medida única e unívoca de las categorías.

A continuación se presenta la tabla:

TABLA DE OPERACIONALIZACIÓN

CONCEPTO	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
1. Conocimiento	1.1 Forma	1.1.1 Conducciones en foro	1.1.1.1 Recordación	1.1.1.1 ¿Con qué se visten los niños que presentan los Cuentos del Caldero? a) con capas b) con máscaras c) con disfraces de brujos
		1.1.2 Reportajes	1.1.2.1 Recordación	1.1.2.1 ¿Qué parte del programa Disney Club ya no sale? a) D Curiosos b) D Aventura c) Conexión D d) Mira lo que me encontré

		1.1.3 Secciones	1.1.3.1 Recordación	1.1.3.1 ¿En dónde sale Érick vestido como investigador privado? a) Detrás D b) Descúbrelo c) Encuéntralo
		1.1.4 Caricaturas	1.1.4.1 Recordación	1.1.4.1 ¿Qué caricatura pasa al último en el programa Disney Club? a) El recreo b) Las aventuras de Timón y Pumba c) Lilo y Stitch

CONCEPTO	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
	1.2 Contenido	1.2.1 Conducciones en foro	1.2.1.1 Recordación	1.2.1.1 ¿Qué niños mandan del foro a las diferentes partes del programa Disney Club? a) Adriana y Xabiani b) Giovanni y José Joaquín c) Mary Jo y Érick
		1.2.2 Reportajes	1.2.2.1 Recordación	1.2.2.1 ¿Cuántos reportajes tiene el programa Disney Club? a) cuatro b) dos c) tres

		1.2.3 Secciones	1.2.3.1 Recordación	<p>1.2.3.1 ¿En qué parte del programa se explica la diferencia de las palabras y su significado?</p> <p>a) Desafío D</p> <p>b) Descúbrelo</p> <p>c) Y me quedé pensando</p>
		1.2.4 Caricaturas	1.2.4.1 Recordación	<p>1.2.4.1 ¿Cuántos capítulos pasan de la caricatura “Las Aventuras de Timón y Pumba” en el programa Disney Club?</p> <p>a) dos</p> <p>b) uno</p> <p>c) cuatro</p>

CONCEPTO	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
2. Opinión	2.1 Forma	2.1.1 Conducciones en foro	2.1.1.1 Satisfacción de sus preferencias	2.1.1.1 ¿Te gusta cómo arreglan el foro en cada fecha conmemorativa? 1. Nada 2. Poco 3. Regular 4. Mucho 5. Muchísimo
		2.1.2 Reportajes	2.1.2.1 Satisfacción de sus preferencias	2.1.2.1 ¿Te gustan los lugares donde se hacen los reportajes D Aventura, D curiosos y Mira lo que me encontré? 1. Nada 2. Poco 3. Regular 4. Mucho 5. Muchísimo

		2.1.3 Secciones	2.1.3.1 Satisfacción de sus preferencias	2.1.3.1 ¿Te parecen claras las imágenes a identificar en la sección Ilusión D? 1. Nada 2. Poco 3. Regular 4. Mucho 5. Muchísimo
		2.1.4 Caricaturas	2.1.4.1 Satisfacción de sus preferencias	2.1.4.1 ¿Te parece bien el número de capítulos que pasan de las caricaturas en el programa Disney Club? 1. Nada 2. Poco 3. Regular 4. Mucho 5. Muchísimo

CONCEPTO	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
	2.2. Contenido	2.2.1 Conducciones en foro	2.2.1.1 Satisfacción de sus preferencias	2.2.1.1 ¿Las bromas que se hacen en las conducciones de foro te gustan? 1. Nada 2. Poco 3. Regular 4. Mucho 5. Muchísimo
		2.2.2 Reportajes	2.2.2.1 Satisfacción de sus preferencias	2.2.2.1 ¿El reportaje D Aventura te gusta? 1. Nada 2. Poco 3. Regular 4. Mucho 5. Muchísimo

				<p>2.2.2.2 ¿El reportaje D Curiosos te gusta?</p> <p>1. Nada 2. Poco 3. Regular 4. Mucho 5. Muchísimo</p>
				<p>2.2.2.3 ¿El reportaje Mira lo que me encontré te gusta?</p> <p>1. Nada 2. Poco 3. Regular 4. Mucho 5. Muchísimo</p>
		2.2.3 Secciones	2.2.3.1 Preferencia	<p>2.2.3.1 ¿Te parecen divertidas las nuevas secciones que tiene el programa Disney Club?</p> <p>1. Nada 2. Poco 3. Regular 4. Mucho 5. Muchísimo</p>

		2.2.4 Caricaturas	2.2.4.1 Preferencia	2.2.4.1 ¿La caricatura Lilo y Stich te gusta? 1. Nada 2. Poco 3. Regular 4. Mucho 5. Muchísimo
CONCEPTO	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
3. Datos sociodemográficos	3.1 Género sexual 3.2 Edad	3.2.1 Rangos	3.2.1.1 de 7 a 9 años 3.2.1.2 de 10 a 12 años	3.1.1 ¿Género sexual? a) Femenino b) Masculino * La pregunta se anota pero no se realiza 3.2.1 ¿Qué edad tienes?

	3.3 Grado escolar			<p>3.3.1 ¿En qué año vas?</p> <p>a) 1º. Primaria b) 2º. Primaria c) 3º. Primaria d) 4º. Primaria e) 5º. Primaria f) 6º. Primaria</p>
	3.4 Posición familiar			<p>3.4.1 ¿Eres el mayor o menor de tus hermanos?</p> <p>a) hijo menor b) hijo mayor c) hijo intermedio d) hijo único</p>
	3.5 Lugar de residencia			<p>3.5.1 ¿Vives en el DF o en Provincia?</p> <p>a) DF b) Provincia</p>

3.4 CRITERIOS DE ARBOREACIÓN

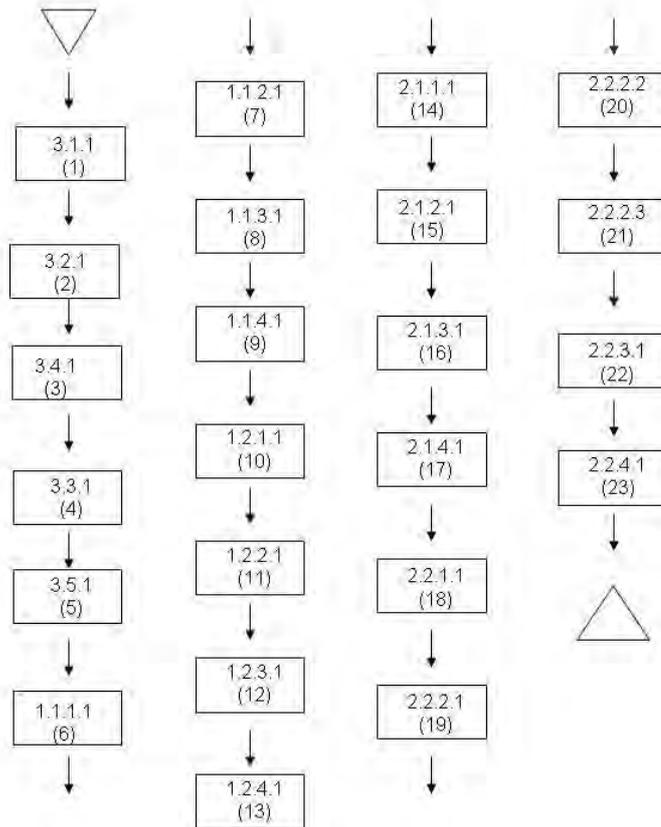
Los criterios de arboreación del cuestionario, es decir, la forma en la que se ordenan los reactivos dentro del cuestionario, son los siguientes:

1. Datos sociodemográficos. Se presentan al principio del cuestionario, debido a que no implica ningún compromiso personal en sus respuestas.
2. De lo general a lo particular. Con la finalidad de que la audiencia infantil del programa Disney Club se vaya introduciendo a la temática conforme a la analogía de como los niños perciben el programa.
3. Se colocan los criterios de conocimientos y opinión de forma separada, por bloque, e irá de lo general a lo particular, debido a que la edad de los encuestados es fundamental, es decir, los niños pueden ser muy influenciables.

En la siguiente figura se presenta el diagrama de flujo, para que sea fácil su comprensión se definen los símbolos que se utilizaron en el diagrama:



Tabla de arboreación



3.5 TABLA DE EQUIVALENCIAS

La tabla de equivalencias permitirá ubicar al reactivo que tiene el cuestionario, con el reactivo de la tabla de operacionalización, es decir, es una lista doble que consigna en la columna de la izquierda el número del reactivo del cuestionario seguida de otra columna que indica el número del reactivo en la tabla de operacionalización.

TABLA DE EQUIVALENCIAS

NÚMERO DEL REACTIVO EN EL CUESTIONARIO	NÚMERO DEL REACTIVO EN LA TABLA DE OPERACIONALIZACIÓN
1	3.1.1
2	3.2.1
3	3.4.1
4	3.3.1
5	3.5.1
6	1.1.1.1
7	1.1.2.1
8	1.1.3.1
9	1.1.4.1
10	1.2.1.1
11	1.2.2.1
12	1.2.3.1
13	1.2.4.1
14	2.1.1.1
15	2.1.2.1
16	2.1.3.1
17	2.1.4.1
18	2.2.1.1
19	2.2.2.1
20	2.2.2.2
21	2.2.2.3
22	2.2.3.1
23	2.2.4.1

3.6 CUESTIONARIO PILOTO

A continuación se presenta el cuestionario de acuerdo a los reactivos obtenidos de la tabla de operacionalización, los criterios de arboreación y la tabla de equivalencias.

① Cuestionario piloto ①

TV AZTECA PRODUCCIÓN DISNEY CLUB

Antes de encuestar a cualquier niño(a) se pedirá autorización a sus padres para la aplicación del cuestionario y se tendrá la capacidad para explicarles las instrucciones del cuestionario de acuerdo a la edad de cada niño(a).

Este cuestionario tiene la finalidad de conocer tu opinión acerca de la forma y contenido del programa Disney Club, con el objeto de diseñar estrategias que permitan mejorar la programación para darte un producto de alta calidad.

A continuación se lee una aproximación de la idea de introducción antes de aplicar el cuestionario, reiterando se afirma que dependerá al 100% de la edad del niño, para la explicación de cuestionario.

Te diré los pasos que realizaremos para que puedas responder el siguiente cuestionario, lo primero que te preguntaré son algunos datos personales y después te haré unas preguntas sobre el programa Disney.

Te pido por favor que si en algún momento no me entiendes o estoy hablando muy rápido me detengas, para hacerlo de la forma en que te sea más entendible.

La información es para mejorar el programa.

Empezaremos con tus datos personales:

❶ PREGUNTAS ❶		
<p>1. ¿Género sexual?</p> <p>a) Femenino () b) Masculino ()</p> <p>* La pregunta se anota pero no se realiza</p>		
<p>2. ¿Qué edad tienes?</p> <p>a) 7 años () b) 8 años () c) 9 años ()</p> <p>d) 10 años () e) 11 años () f) 12 años ()</p>		
<p>3. ¿Eres el mayor o menor de tus hermanos?</p> <p>a) Hijo menor () b) Hijo mayor () c) Hijo intermedio ()</p> <p>d) Hijo único ()</p>		
<p>4. ¿En qué año vas?</p> <p>a) 1º. Primaria () b) 2º. Primaria () c) 3º. Primaria ()</p> <p>d) 4º. Primaria () e) 5º. Primaria () f) 6º. Primaria ()</p>		
<p>5. ¿Vives en el DF o en provincia?</p> <p>a) DF () b) Provincia ()</p>		

Ahora pasaremos a preguntas sobre el programa Disney. Bien, yo te haré la pregunta y en seguida te daré las opciones y tú me dirás la que creas que es la correcta

<p>6. ¿Con qué se visten los niños que presentan los Cuentos del Caldero? a) Con capas () b) Con máscaras () c) Con disfraces de brujos ()</p>
<p>7. ¿Qué parte del programa Disney Club ya no sale? a) D Curiosos () b) D Aventura () c) Conexión D () d) Mira lo que me encontré ()</p>
<p>8. ¿En dónde sale Érick vestido como investigador privado? a) Detrás D () b) Descúbrelo() c) Encuéntralo()</p>
<p>9. ¿Qué caricatura pasa al último en el programa Disney Club? a) El recreo () b) Las aventuras de Timón y Pumba () c) Lilo y Stitch ()</p>
<p>10. ¿Qué niños mandan de foro a las diferentes partes del programa Disney Club? a) Adriana y Xabiani () b) Giovanni y José Joaquín () c) Mary Jo y Érick ()</p>
<p>11. ¿Cuántos reportajes tiene el programa Disney Club? a) Cuatro () b) Dos () c) Tres ()</p>

12. ¿En qué parte del programa se explica la diferencia de las palabras y su significado?

- a) Desafío D () b) Descúbrelo () c) Y me quedé pensando ()

13. ¿Cuántos capítulos pasan de la caricatura “Las Aventuras de Timón y Pumba” en el programa Disney Club?

- a) Dos() b) Uno () c) Cuatro()

Preguntas de opinión:

Las siguientes preguntas son sobre tus preferencias del programa, es decir, te haré la pregunta y tú me puedes contestar si te gusta o no y cuanto, las opciones van de nada a muchísimo.

① PREGUNTAS ①

14. ¿Te gusta cómo arreglan el foro en cada fecha conmemorativa?

1. Nada () 2. Poco () 3. Regular ()
4. Mucho () 5. Muchísimo ()

15. ¿Te gustan los lugares donde se hacen los reportajes D Aventura, D curiosos y Mira lo que me encontré?

1. Nada () 2. Poco () 3. Regular ()
4. Mucho () 5. Muchísimo ()

16. ¿Te parecen claras las imágenes a identificar en la sección Ilusión D?

1. Nada () 2. Poco () 3. Regular ()
4. Mucho () 5. Muchísimo ()

17. ¿Te parece bien el número de capítulos que pasan de las caricaturas en el programa Disney Club?

1. Nada () 2. Poco () 3. Regular ()
4. Mucho () 5. Muchísimo ()

18. ¿Las bromas que se hacen en las conducciones de foro te gustan?

1. Nada () 2. Poco () 3. Regular ()
4. Mucho () 5. Muchísimo ()

19. ¿El reportaje D Aventura te gusta?

1. Nada () 2. Poco () 3. Regular ()
4. Mucho () 5. Muchísimo ()

20. ¿El reportaje D Curiosos te gusta?

1. Nada () 2. Poco () 3. Regular ()
4. Mucho () 5. Muchísimo ()

21. ¿El reportaje Mira lo que me encontré te gusta?

1. Nada () 2. Poco () 3. Regular ()
4. Mucho () 5. Muchísimo ()

22. ¿Te parecen divertidas las nuevas secciones que tiene el programa Disney Club?

1. Nada () 2. Poco () 3. Regular ()
4. Mucho () 5. Muchísimo ()

23. ¿La caricatura Lilo y Stich te gusta?

1. Nada () 2. Poco () 3. Regular ()
4. Mucho () 5. Muchísimo ()

3.7 REPORTE DE PRUEBA PILOTO

El 7 de noviembre de 2005 a las 16:00 horas, se realizó la prueba piloto sobre opinión pública de la audiencia infantil del programa Disney Club respecto a forma y contenido, se llevó a cabo vía telefónica, dentro de las instalaciones de TV Azteca, con la finalidad de encontrar las complicaciones que pudiera tener el cuestionario final.

Se realizaron 7 cuestionarios, que se llevaron a cabo en un promedio de tiempo de 3:34 a 6:25 minutos, éste dependió de la edad del encuestado, debido que son niños de 7 a 14 años.

Las complicaciones que arrojó el cuestionario fueron:

1. La audiencia infantil es mayor de 12 años, así que se ampliará el rango de edad de la investigación de 7 a 14 años.

2. En el reactivo 6 existe una confusión por los términos en las opciones de respuesta, les parecen muy similares, así que se cambiarán las opciones de respuesta quedando de la siguiente manera:

¿Con qué se visten los niños que presentan los Cuentos del Caldero?

- a) Con batas
- b) Con capas
- c) Con máscaras

3. Se aprecia una notable diferencia en las respuestas de los niños de edad de 7 años en comparación de los de 10 a 14 años, así que se determinó definir rangos de edad.

- a) 7 a 9 años
- b) 10 a 14 años

4. El reactivo 11, demuestra que los niños no saben diferenciar entre los reportajes y las secciones, por ende se modificara la pregunta especificándola sobre los reportajes.

¿Cuántos reportajes de deportes tiene el programa Disney?

- a) uno
- b) dos
- c) cuatro

5. El reactivo 12, les parece muy complejo y en algunos casos no entendían la pregunta, por ende se procede a realizar una redacción más clara del reactivo.

¿Cómo se llama la sección donde se explica el significado de las palabras?

- a) Desafío D
- b) Descúbrelo
- c) Y me quedé pensando

6. Debido a que en algunos reactivos los niños no saben la respuesta, en todos los reactivos de conocimiento se agregará la opción NO SÉ.

7. No se cuenta con registros de niños que llaman de provincia, debido a que no concursan en la trivia, se decidió que se dividirá la opción de respuesta del reactivo en DF o Estado de México.

Estas observaciones fueron resultado de la prueba piloto, para analizarlos puede pasarse al anexo "1" Disco 1, donde se encuentran los resultados de las tablas generales, así como de cada variable sociodemográfica.

Debido que el cuestionario original arrojó errores a la hora de la aplicación de la prueba piloto, se hicieron correcciones las pertinentes.

3.8 CUESTIONARIO FINAL

📞 Cuestionario final 📞

TV AZTECA PRODUCCIÓN DISNEY CLUB

Antes de encuestar a cualquier niño(a) se pedirá autorización a sus padres para la aplicación del cuestionario y se tendrá la capacidad para explicarles las instrucciones del cuestionario de acuerdo a la edad de cada niño(a).

Este cuestionario tiene la finalidad de conocer tu opinión acerca de la forma y contenido del programa Disney Club, con el objeto de diseñar estrategias que permitan mejorar la programación para darte un producto de alta calidad.

A continuación se lee una aproximación de la idea de introducción antes de aplicar el cuestionario, reiterando se afirma que dependerá al 100% de la edad del niño, para la explicación de cuestionario.

Te diré los pasos que realizaremos para que puedas responder el siguiente cuestionario, lo primero que te preguntaré son algunos datos personales y después te haré unas preguntas sobre el programa Disney.

Te pido por favor que si en algún momento no me entiendes o estoy hablando muy rápido me detengas, para hacerlo de la forma en que te sea más entendible.

La información es para mejorar el programa.

Empezaremos con tus datos personales:

①PREGUNTAS①
<p>1. ¿Género Sexual?</p> <p>a) Femenino () b) Masculino ()</p> <p>**** La pregunta se anota pero no se realiza</p>
<p>2. ¿Qué edad tienes?</p> <p>a) 7 a 9 años () b) 10 a 14 años ()</p>
<p>3. ¿Eres el mayor o menor de tus hermanos?</p> <p>a) Hijo menor () b) Hijo mayor () c) Hijo intermedio ()</p> <p>d) Hijo único ()</p>
<p>4. ¿En qué año vas?</p> <p>a) 1º. Primaria () b) 2º. Primaria () c) 3º. Primaria ()</p> <p>d) 4º. Primaria () e) 5º. Primaria () f) 6º. Primaria ()</p> <p>g) 1º. De Secundaria () h) 2º. De Secundaria () i) 3º. De Secundaria ()</p>
<p>5. ¿Vives en el DF o en el Estado de México?</p> <p>a) DF () b) Estado de México ()</p>

Ahora pasaremos a preguntas sobre el programa Disney. Bien, yo te haré la pregunta y en seguida te daré las opciones y tú me dirás la que creas que es la correcta.

<p>6. ¿Con qué se visten los niños que presentan los Cuentos del Caldero?</p> <p>a) Con batas b) Con capas c) Con máscaras</p> <p>d) No sé ()</p>
<p>7. ¿Qué parte del programa Disney Club ya no sale?</p> <p>a) D Curiosos () b) D Aventura () c) Conexión D ()</p> <p>d) Mira lo que me encontré () e) No sé ()</p>

8. ¿En dónde sale Érick vestido como investigador privado?

- a) Detrás D () b) Descúbrelo () c) Encuéntralo ()
d) No sé ()

9. ¿Qué caricatura pasa al último en el programa Disney Club?

- a) El recreo () b) Las aventuras de Timón y Pumba ()
c) Lilo y Stitch() d) No sé ()

10. ¿Qué niños mandan de foro a las diferentes partes del programa Disney Club?

- a) Adriana y Xabiani () b) Giovanni y José Joaquín ()
c) Mary Jo y Érick () d) No sé ()

11. ¿Cuántos reportajes de deportes tiene el programa Disney?

- a) Uno b) Dos c) Cuatro
d) No sé ()

12. ¿Cómo se llama la sección donde se explica el significado de las palabras?

- a) Desafío D b) Descúbrelo c) Y me quedé pensando
d) No sé ()

13. ¿Cuántos capítulos pasan de la caricatura “Las Aventuras de Timón y Pumba” en el programa Disney Club?

- a) Dos () b) Uno () c) Cuatro ()
d) No sé ()

Preguntas de opinión:

Las siguientes preguntas son sobre tus preferencia del programa, es decir, te haré la pregunta y tú me puedes contestar si te gusta o no y cuanto, las opciones van de nada a muchísimo.

①PREGUNTAS①	PREFERENCIA				
14. ¿Te gusta como arreglan el foro en cada fecha conmemorativa?	1 Nada	2 Poco	3 Regular	4 Mucho	5 Muchísimo
15. ¿Te gustan los lugares donde se hacen los reportajes D Aventura, D curiosos y Mira lo que me encontré?	1 Nada	2 Poco	3 Regular	4 Mucho	5 Muchísimo
16. ¿Te parecen claras las imágenes a identificar en la sección Ilusión D?	1 Nada	2 Poco	3 Regular	4 Mucho	5 Muchísimo
17. ¿Te parece bien el número de capítulos que pasan de las caricaturas en el programa Disney Club?	1 Nada	2 Poco	3 Regular	4 Mucho	5 Muchísimo
18. ¿Las bromas que se hacen en las conducciones de foro te gustan?	1 Nada	2 Poco	3 Regular	4 Mucho	5 Muchísimo
19. ¿El reportaje D Aventura te gusta?	1 Nada	2 Poco	3 Regular	4 Mucho	5 Muchísimo
20. ¿El reportaje D Curiosos te gusta?	1 Nada	2 Poco	3 Regular	4 Mucho	5 Muchísimo
21. ¿El reportaje Mira lo que me encontré te gusta?	1 Nada	2 Poco	3 Regular	4 Mucho	5 Muchísimo

22. ¿Te parecen divertidas las nuevas secciones que tiene el programa Disney Club?	1 Nada	2 Poco	3 Regular	4 Mucho	5 Muchísimo
23. ¿La caricatura Lilo y Stich te gusta?	1 Nada	2 Poco	3 Regular	4 Mucho	5 Muchísimo

CAPÍTULO 4. LEVANTAMIENTO DE DATOS

El presente capítulo tiene el propósito de describir el método y procedimiento que se empleó para el levantamiento de datos a realizar en el trabajo de campo, el cual comprende las características de la población, el reporte y tipo de levantamiento de datos. En cada uno de los diferentes puntos se enuncian todas las condiciones de cómo fueron aplicados los cuestionarios, la forma para la creación de la base de datos, el llenado y la lectura de las tablas generales. Así mismo, se presenta el procedimiento e interpretación de la lectura de cruce de variables y los resultados de cada una de ellas.

4.1 CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN

La investigación cuenta con una población específica, en este apartado se retomó el concepto de **Población**: Conjunto de todos los elementos que comparten un grupo de características y forman el universo para el propósito del problema de investigación⁷⁶.

A continuación se menciona el objetivo del estudio, que define lo que constituye el grupo de personas con ciertas características a estudiar, es decir, el universo de la investigación.

⁷⁶ Definición obtenida del Taller de Seminario Extracurricular de Opinión Pública, módulo IV. UNAM, FES Acatlán, 2005.

Objetivo: Conocer la opinión pública de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido.

De tal manera que se define enseguida el universo y la población que corresponde a esta investigación.

- **Programa Disney Club de TV Azteca:** Emisión televisiva de revista de corte infantil, que se transmite por canal 7, todos los sábados de 9:00 a 11:00 horas. Mismo que proporciona un teléfono de correo de voz (Tel. 51-66-23-93) para que los *niños* se comuniquen y concursen en las diferentes secciones del programa⁷⁷.
- **Audiencia infantil:** Se considera audiencia infantil a todo aquel que es participe en el programa Disney Club de TV Azteca, es decir, niños que llaman al correo de voz para contestar una pregunta de la sección "Trivia". A través del número telefónico dejan sus datos personales como son nombre y teléfono.

La investigación comprende el período que va del 26 de noviembre al 17 de diciembre de 2005 y abarca un rango de edad de 7 a 14 años.

Cabe señalar que los datos personales de los *niños* que son registrados en el correo de voz, al día siguiente de su participación en el programa, son capturados para crear una base de datos, con el fin de tener a la mano la información necesaria para distinguir si un niño(a) ha llamado por lo menos dos veces en el transcurso de un lapso menor a tres meses, que en este estudio es descartado inmediatamente porque no es un sujeto apto para ser encuestado.

⁷⁷ De esto se habló más extensamente en el capítulo 2. Marco contextual, y en el apartado 2.4.2 Situación actual del programa Disney Club.

4.2 TIPO DE LEVANTAMIENTO

Existen dos tipos de levantamiento denominados: censo y muestreo, lo cual está determinado por el objetivo de la investigación. Es decir, para trabajar con toda la población se hace un censo y para trabajar con una muestra se hace un levantamiento probabilístico o no probabilístico.

El censo trabaja con el conteo de todas las unidades que conforman su población, mientras el muestreo con la selección de ciertas unidades concretas de dicha población.

El muestreo puede ser probabilístico o no probabilístico. Está determinado por la población con la que cuenta el estudio o investigación a realizar, es decir, si se conoce el número exacto de población para la muestra, además de las características sociodemográficas de cada individuo, el tipo de levantamiento puede ser muestra probabilística, en este caso no se conocía ni quiénes llamarían al programa, ni cuántos, debido a esto se estableció que el tipo de levantamiento para este estudio fuera una **muestra no probabilística** que está compuesta por las siguientes características:

- **Muestra:** Es el subgrupo de los elementos que se seleccionan para participar en el estudio.⁷⁸

- **No probabilística.**⁷⁹
 1. Este tipo de muestra se utiliza con fines exploratorios.

 2. Cuando no se pretende inferir los resultados al universo.

⁷⁸ Definición obtenida del Taller de Seminario Extracurricular de Opinión Pública, módulo IV. UNAM, FES Acatlán, 2005.

⁷⁹ Definición obtenida del Taller de Seminario Extracurricular de Opinión Pública, módulo IV. UNAM, FES Acatlán, 2005.

3. Puede ser de cuatro tipos: Muestra con sujetos voluntarios, por cuota, con expertos y por sujetos tipo.
 - Muestra por cuota: Estudios que requieren de sujetos con perfiles específicos. A solicitud del cliente se conforman grupos.
 - Muestra por sujetos tipo: Estudios donde el objetivo es la riqueza, profundidad y calidad de la información, no la cantidad, ni la estandarización. Se conforma con sujetos con características muy bien identificadas.
 - Muestra por expertos: Sujetos expertos en un tema.
 - Muestra por sujetos voluntarios: donde se procura que estos sean homogéneos en variables tales como edad, sexo, nivel socioeconómico, de manera que los resultados se originen a partir de las condiciones en que se recogieron los datos.
4. Esta investigación se realizó con sujetos voluntarios.
5. Las muestras no probabilísticas no cuentan con un marco muestral, el cual es un documento que proporciona información sobre el perfil del grupo sujeto de estudio o bien si existe un estudio previo.
6. Su materialización resulta más sencilla y económica que los muestreos probabilísticas

De acuerdo a los puntos anteriores sobre las características del levantamiento de muestras no probabilísticas, se fijaron particularidades de porqué un niño(a) puede ser descartado como sujeto de encuesta, son las siguientes:

1. Porque ha llamado al programa dos veces seguidas en el periodo de tiempo acordado (26/11/05 al 17/12/05).
2. Porque no se ubica dentro del rango de edad (de 7 a 14 años).
3. Porque no se encuentra dentro del límite de búsqueda. Es decir, se acordó que sólo se le realizarían tres llamadas y si no contestaba dentro de este período se descartaría.
4. Porque dejan mal proporcionados sus datos en el correo de voz.
5. Porque no se cuenta con la autorización del padre o tutor para que el niño(a) sea encuestado.

4.3 REPORTE DE LEVANTAMIENTO

En este apartado se presenta la bitácora de levantamiento que enuncia las actividades que se realizaron en el período del 26/11/05 al 17/12/05, junto con sus costos y algunas observaciones que se detectaron en el lapso de la investigación.

Día	Hora	Actividad	Observaciones	Costos
08/12/05	17:00	Recopilación de información para actualizar la base de datos telefónica		

08/12/05	18:00	Impresión de cuestionarios			De 200 hojas y grapas \$ 50.00 pesos
08/12/05	18:40	Folio de cuestionarios			
09/12/05	17:00 a 19:30	Aplicación de 15 cuestionarios	Sujetos	Tiempo de aplicación	Costo por llamada \$1.48 (1.48*20)= \$29.60
			1	5:06	
			2	8:17	
			3	7:11	
			4	7:52	
			5	9:03	
			6	5:13	
			7	5:20	
			8	7:10	
			9	5:57	
			10	6:04	
			11	4:01	
			12	5:49	
			13	5:01	
			14	4:50	
15	5:53				
12/12/05	17:00	Recopilación de información para actualizar base de datos telefónica			

13/12/05	17:00 a 19:30	Aplicación de 4 cuestionarios.	Problemas debido a que no todos son sujetos de encuesta (los padres de familia llaman y dejan los datos de los <i>niños</i> de 1 a 6 años y el estudio comprende edades de 7 a 14 años)		Costo por llamada \$1.48 (1.48*15)= \$ 22.20
			Sujetos	Tiempo de aplicación	
			16	4:05	
			17	4:55	
			18	6:27	
			19	5:44	
14/12/05	11:00	Vaciado a base de datos en hoja de Excel	Vaciado de información de 15 cuestionarios		
17/12/05	17:00	Actualización de base de datos telefónica			
20/12/05	17:00 a 20:00	Aplicación de 10 cuestionarios	Algunos teléfonos están mal proporcionados, debido a que el niño(a) que llama lo grabó mal		Costo por llamada \$ 1.48 (1.48*20)= \$ 29.60
			Sujetos	Tiempo de aplicación	

			20	6:30	
			21	7:39	
			22	7:53	
			23	4:45	
			24	8:04	
			25	5:14	
			26	8:52	
			27	5:00	
			28	5:40	
			29	4:18	
21/12/05	13:00	Actualización de base de datos en hoja de Excel	Vaciado de información de 14 cuestionarios		
21/12/05	16:00	Aplicación de 4 cuestionarios	Salieron por no ser sujetos de encuesta, debido a que se les llamó tres veces y no contestaron.		Costo por llamada \$ 1.48 (1.48*10)= \$ 14.80
			En otros casos, porque no se encontraba el padre de familia que autorizara la aplicación del cuestionario		
			Sujetos	Tiempo de aplicación	
			30	4:30	
			31	6:16	
			32	6:58	
			33	5:04	

22/12/05	16:00	Término de base de datos	Vaciado de 4 cuestionarios.	
				Costo total= \$146.20

4.4 LECTURA DE DATOS

4.4.1 Base de datos

En este apartado se explica el procedimiento para la creación de la base de datos y la manera de vaciado de los cuestionarios de la investigación.

4.4.1.1 Creación de la base de datos

La base de datos se creó en una hoja de Excel, que para su diseño se siguieron los siguientes pasos.

1. Crear una columna y nombrarla "SUJETOS", para enumerar a estos con el fin de identificarlos por número de folio
2. Nombrar varias columnas de acuerdo a las variables sociodemográficas que tenga la investigación.
3. Poner el número de reactivos de conocimiento que tenga el cuestionario y agregar otra fila donde se pongan las opciones de respuesta, que van en orden alfabético.
4. Poner el número de reactivos de opinión que tenga y agregar otra fila donde se pongan las opciones de respuesta, que van del número 1 al 5.
5. Crear dos filas, una para "Total" y otra para "Porcentaje".



La creación de la base de datos corresponde directamente a la forma de vaciado, de acuerdo a cada cuestionario de la investigación. El llenado se realiza de la siguiente manera:

1. El procedimiento para el vaciado de la base de datos, es de acuerdo a las respuestas de los encuestados, donde respondieron correctamente las preguntas de conocimiento se coloca el número "1" y en las restantes columnas el número "0".
2. La respuesta de los reactivos de opinión, se llenan colocando el número "1", en la columna de la calificación que hayan asignado y en los demás el número "0".
3. Después de haber capturado toda la información en la base de datos, se suman los resultados de los reactivos de conocimiento y se obtienen los porcentajes de cada respuesta, es decir cada pregunta equivale al 100%.

GRADO ESCOLAR	LUGAR DE RESIDENCIA	6				14				
		A	B	C	D	1	2	3	4	5
3RO DE PRIMARIA	DF	0	0	1	0	0	0	0	1	0
6TO DE PRIMARIA	DF	1	0	0	0	0	0	0	1	0
4TO DE PRIMARIA	DF	1	0	0	0	0	0	0	1	0
	TOTAL	2	0	1	0	0	0	0	3	0
	PORCENTAJE	66.67	0	33.33	0	0	0	0	100	0

1. El procedimiento para el vaciado de la base de datos, es de acuerdo a las respuestas de los encuestados, donde responden se coloca el número "1" y en las restantes columnas el número "0".

2. La respuesta De los reactivos de opinión, se llenan colocando el número "1", en la columna de la calificación que hayan asignado y en los demás el número "0".

3. Después de haber capturado toda la información en la base de datos se suman los resultados y después se obtienen los porcentajes de cada respuesta, es decir cada pregunta equivale al 100%

La suma los diferentes porcentajes debe de ser 100%

ESQUEMA 10. EJEMPLO DE VACIADO EN BASE DE DATOS

4.4.1.2 Base de datos del estudio

El procedimiento anterior fue el que se siguió para el vaciado de la base de datos de esta investigación, el cual se encuentra en el Anexo "2" Disco 1.

4.4.2 Lectura de tablas

Este apartado comprende la explicación para la creación de tablas generales y su lectura.

4.4.2.1 Creación de tablas

La creación de las tablas tiene el propósito de presentar los resultados de cada uno de los indicadores (establecidos en la tabla de operacionalización) donde se relacionan los reactivos de conocimiento y opinión, lo cual se indica en el

título de cada tabla. Para localizar los reactivos de conocimiento y los de opinión se recurre a la tabla de equivalencias⁸⁰.

TABLA DE EQUIVALENCIAS

NÚMERO DEL REACTIVO EN EL CUESTIONARIO	NÚMERO DEL REACTIVO EN LA TABLA DE OPERACIONALIZACIÓN
1	3.1.1
2	3.2.1
3	3.4.1
4	3.3.1
5	3.5.1

A continuación se enuncian los pasos para la creación de las tablas de lectura general.

1. Se realiza una tabla que consta de tres columnas, la primera de ellas no lleva título, la segunda lleva el nombre de “conocimiento” que a su vez está dividida en “frec” y “%”, y la tercera el título de “opinión” a su vez dividida en “frec” y “prom”. .

Ejemplo:

	Conocimiento		Opinión	
	FREC	%	FREC	PROM

⁸⁰ En este estudio ubicada en el capítulo 3, apartado 3.5.

2. La tabla consta de cinco filas. En la primera columna se dejan las dos primeras filas en blanco, las siguientes se dividen en Si y No (es decir los sujetos que sí conocen y los que no) y Total, que no es más que la suma de todos los sujetos encuestados y el total del porcentaje.

Ejemplo:

	Conocimiento		Opinión	
	FREC	%	FREC	PROM
SI				
NO				
TOTAL				

4.4.2.2 Procedimiento para el llenado de tablas

La base de datos es indispensable para el llenado de tablas, para ello se siguen los siguientes pasos.

1. Para el llenado de la columna de “conocimiento” se tiene que recurrir a la base de datos, en donde se suman los que conocen y no, de manera separada. Estos datos se establecen en las diferentes filas (De si y no, que como ya se explicó anteriormente corresponde a los que conocen y no), y sus porcentajes se obtienen de la misma base de datos (recordando que en la última fila de la base de datos se encuentran sus porcentajes). La suma de los sujetos que sí y no conocen, debe de ser el total de sujetos encuestados y la suma de los porcentajes debe ser de 100%.

Ejemplo:

1.1.1.1 Formato de conducciones en foro

	Conocimiento	
	Frec.	%
SI	3	42.9
NO	4	57.1
TOTAL	7	100

2. Se busca el reactivo de opinión que corresponda al de conocimiento, se identifican con que califican los sujetos que conocen y no, posteriormente se suman los resultados de manera separada, una vez obteniendo el resultado, se dividen entre el número de sujetos que conocen y no respectivamente, después se escribe el promedio en la columna correspondiente.

Ejemplo:

GRADO ESCOLAR	LUGAR DE RESIDENCIA	6				14				
		A	B	C	D	1	2	3	4	5
3RO DE PRIMARIA	DF	0	0	 1	0	0	0	0	 1	0
6TO DE PRIMARIA	DF	 1	0	0	0	0	0	 1	0	0
4TO DE PRIMARIA	DF	 1	0	0	0	0	0	0	 1	0
	TOTAL	2	0	1	0	0	0	0	3	0
	PORCENTAJE	66.67	0000	33.33	0000	0000	0000	0000	100	0000

Dentro de la hoja  se encuentran las repuestas del sujeto que no conoce, en este caso el promedio de opinión es de 4.

Dentro de la nube  se encuentran las repuestas de los sujetos que si conocen, para obtener el promedio se hace lo siguiente:

1. Se suman las respuesta donde opinaron. $4+3=7$
2. Se divide entre el número de sujetos. $7/2=3.5$ y ese es su promedio de opinión

ESQUEMA 11. EJEMPLO DE PROMEDIO DE OPINIÓN

3. El siguiente punto es sacar el promedio de opinión general que se obtiene sumando los promedios de opinión y el resultado se divide entre 2 y el total se coloca en la casilla de promedio total.

1.1.1.1 Formato de conducciones en foro

	Conocimiento		Opinión	
	Frec.	%	Frec.	Prom.
SI	2	66.67	2	3.5
NO	1	33.33	1	4
TOTAL	3	100	3	

Ejemplo:

$$3.5 + 4 = 7.5 / 2 = 3.75$$

1.1.1.1 Formato de conducciones en foro

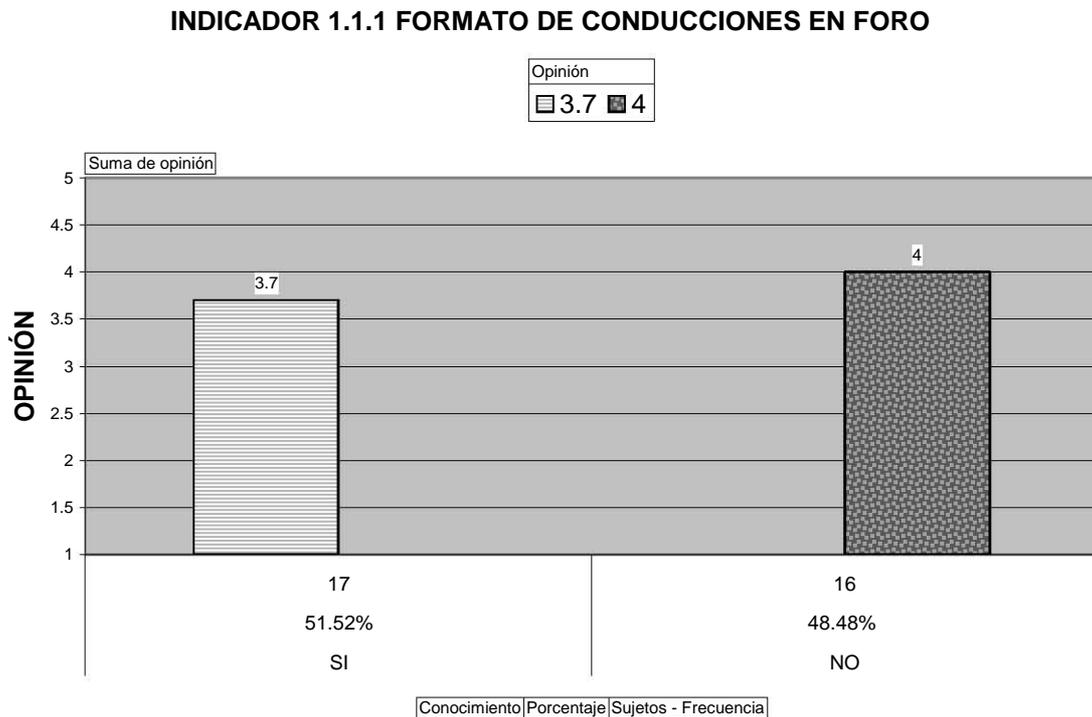
	Conocimiento		Opinión	
	Frec.	%	Frec.	Prom.
SI	2	66.67	2	3.5
NO	1	33.33	1	4
TOTAL	3	100	3	3.7

4.4.2.3 Lectura de tablas del estudio

La lectura de las tablas de esta investigación se encuentra en el Anexo "3", disco 1.

4.4.2.4 Análisis de resultados generales

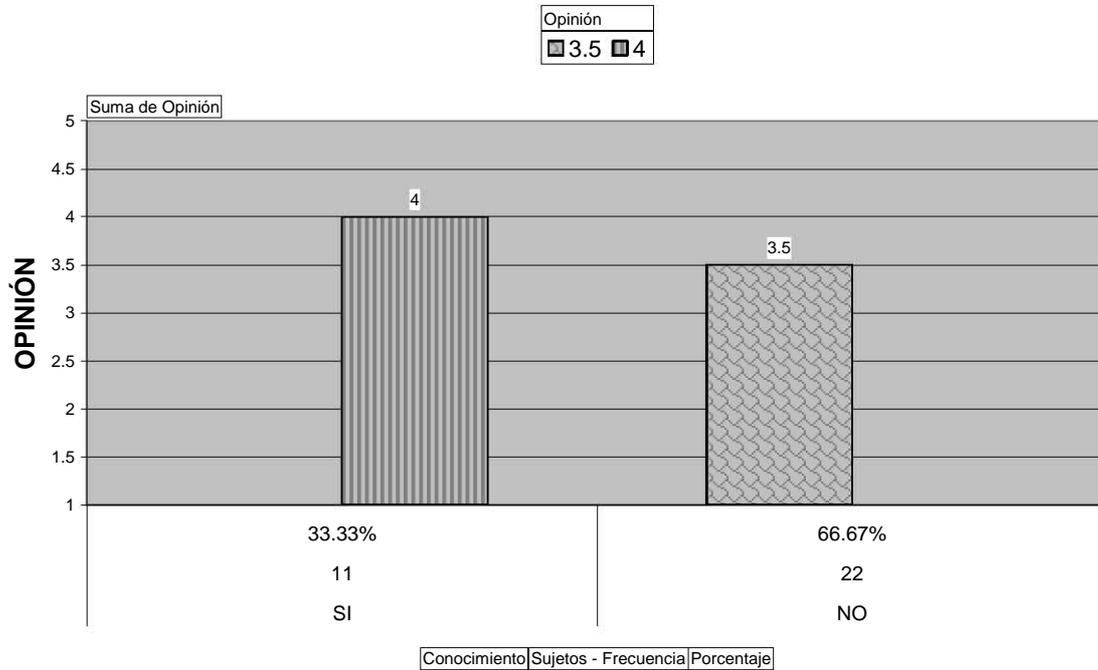
En seguida se presentan las gráficas de los resultados generales con sus respectivas lecturas de cada reactivo.



Conducciones en foro

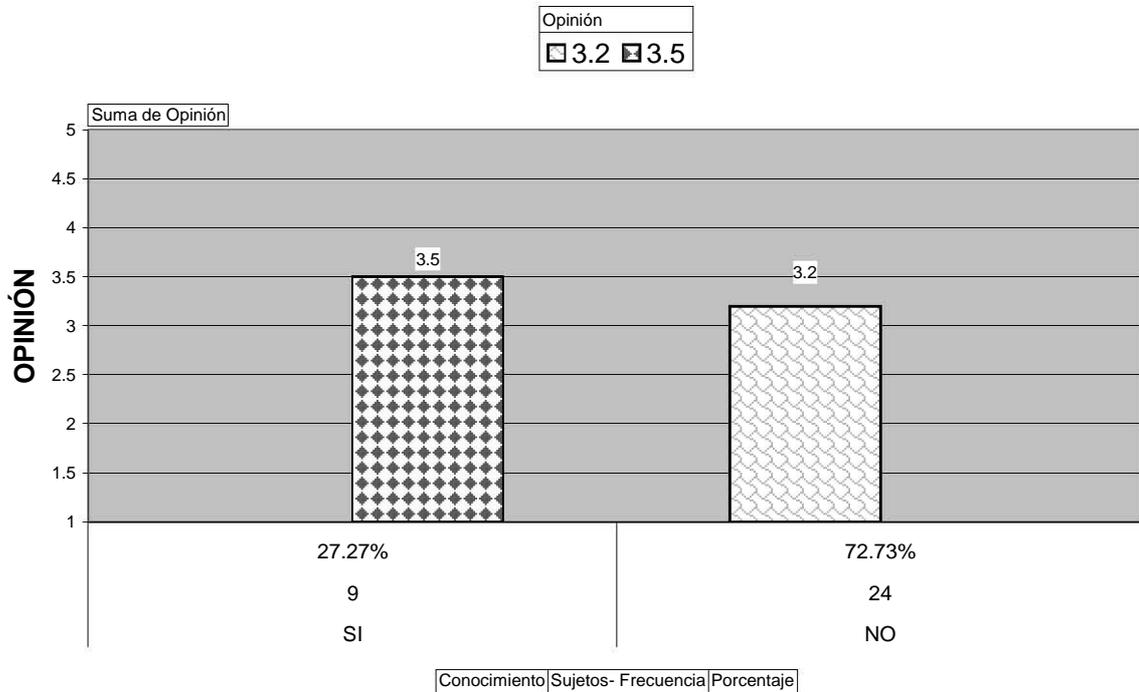
El 51.52% de los sujetos sí conocen la forma de las conducciones de foro del programa Disney Club, mientras que el 48.48% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la forma de las conducciones de foro es de 3.7, mientras los que no lo conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de "0.3" entre los que sí conocen con respecto a los que no.

INDICADOR 1.1.2 FORMATO DE REPORTAJES

**Formato de reportajes**

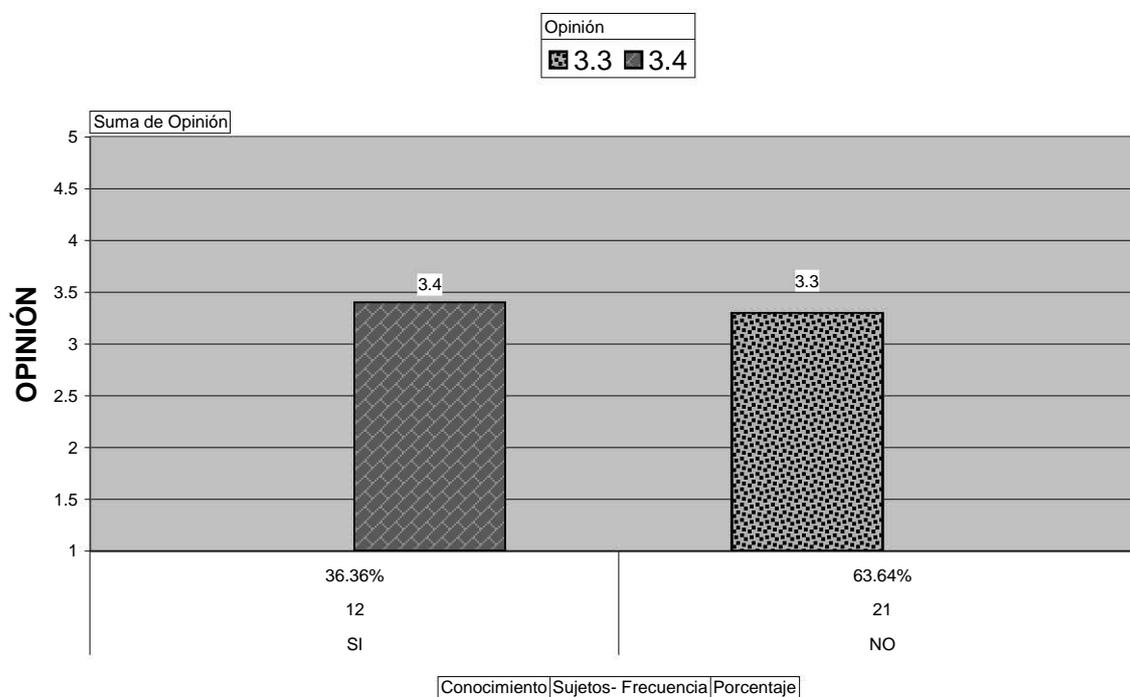
El 33.33% de los sujetos sí conocen la forma de los reportajes del programa Disney Club, mientras que el 66.67% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la forma de los reportajes es de 4, mientras los que no conocen opinan 3.5. Es decir hay una diferencia de opinión de más "0.5" entre los que sí conocen con respecto a los que no.

INDICADOR 1.1.3 FORMATO DE SECCIONES

**Formato de secciones**

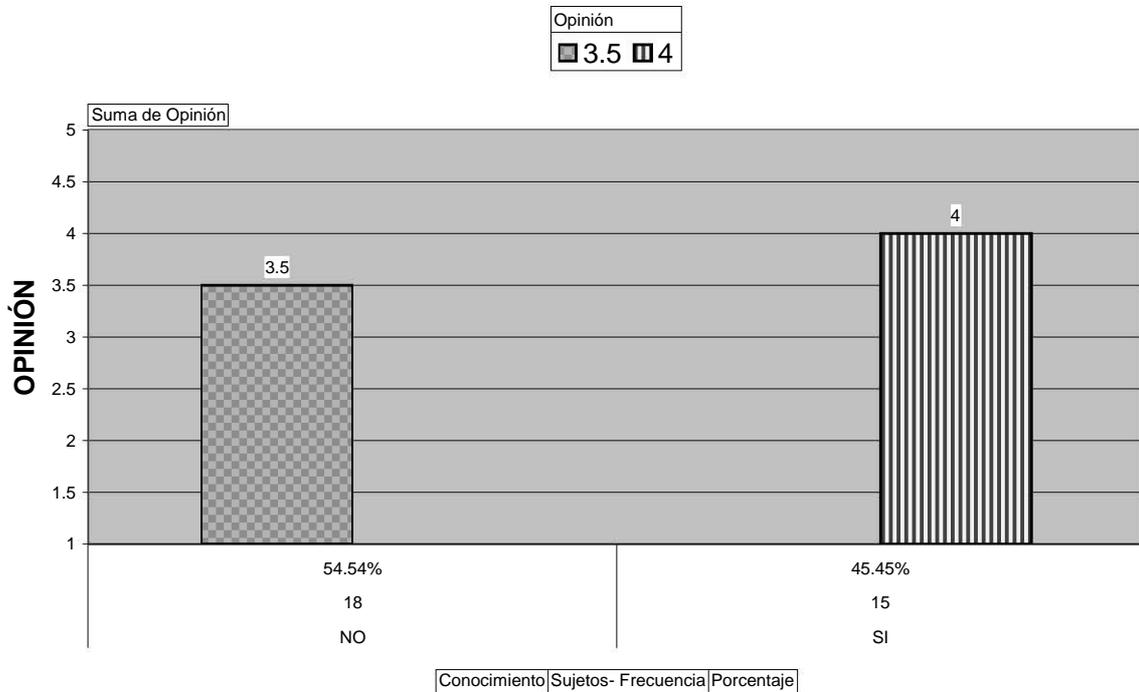
El 27.27% de los sujetos sí conocen la forma de las secciones del programa Disney Club, mientras que el 72.73% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la forma de las secciones es de 3.5, mientras los que no lo conocen opinan 3.2. Es decir hay una diferencia de opinión de más "03" entre los que sí conocen con respecto a los que no.

INDICADOR 1.1.4 FORMATO DE CARICATURAS

**Formato de caricaturas**

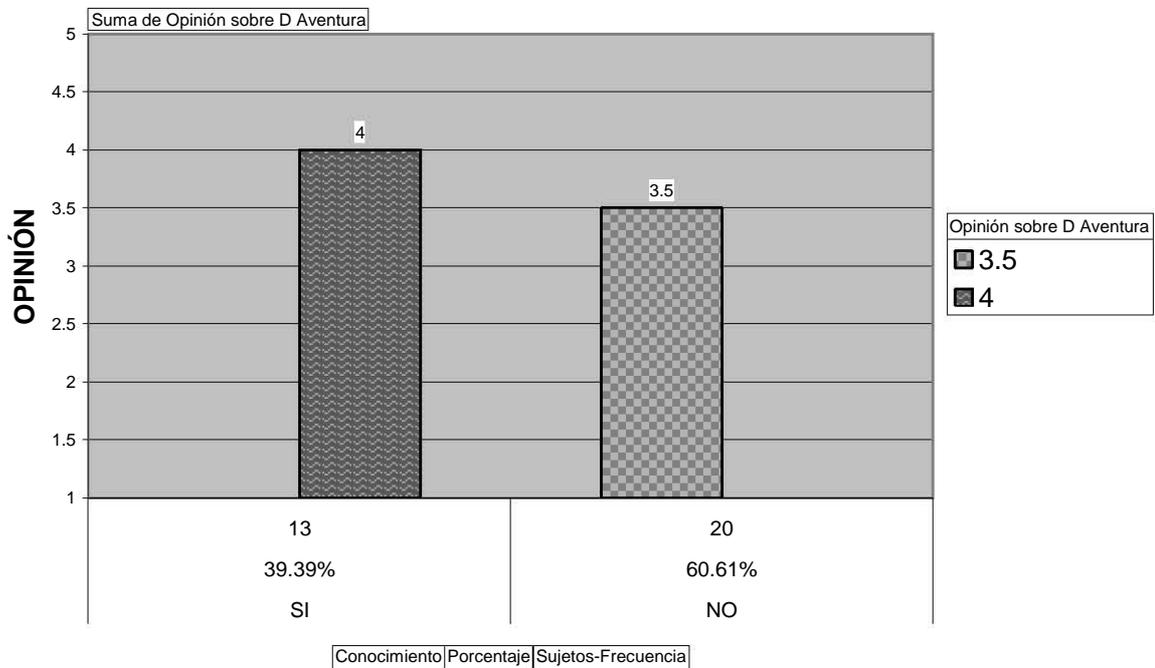
El 36.36% de los sujetos sí conocen la forma de las caricaturas del programa Disney Club, mientras que el 63.64% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el formato de las caricaturas es de 3.4, mientras los que no lo conocen opinan 3.3. Es decir hay una diferencia de opinión de más “0.1” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

INDICADOR 1.2.1 CONTENIDO DE CONDUCCIONES DE FORO

**Contenido de conducciones en foro**

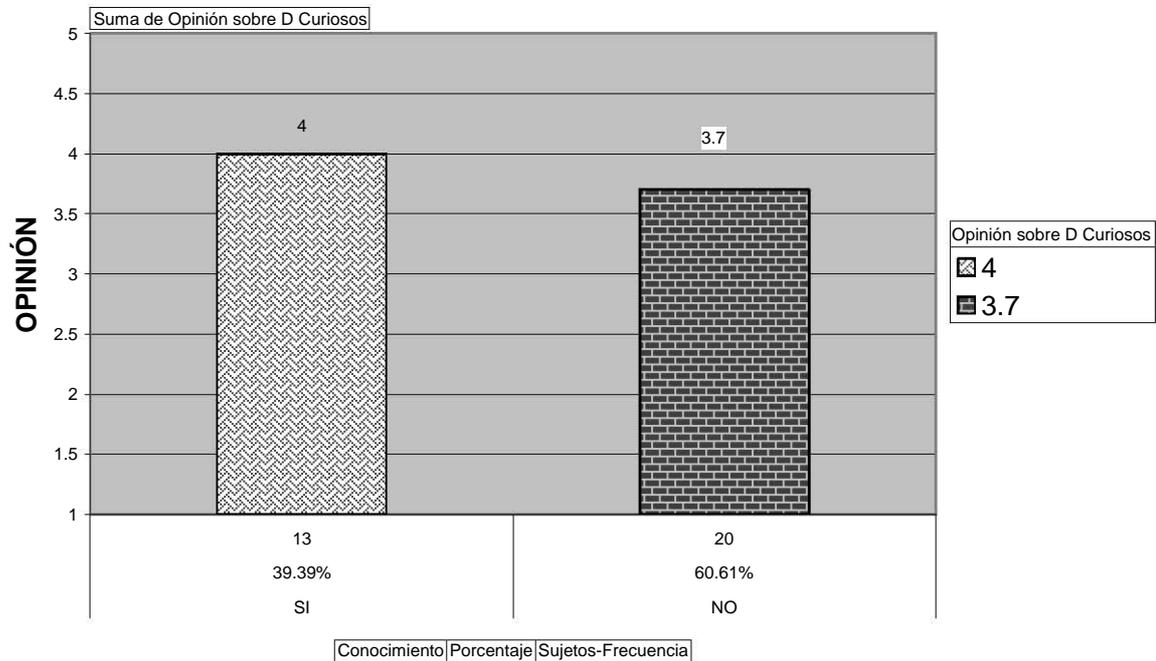
El 45.45% de los sujetos sí conocen el contenido de las conducciones del programa Disney Club, mientras que el 54.54% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el contenido de las conducciones es de 4, mientras los que no lo conocen opinan 3.5. Es decir hay una diferencia de opinión de más "0.5" entre los que sí conocen con respecto a los que no.

INDICADOR 1.2.2 CONTENIDO DE REPORTAJES

**Contenido de reportajes, reportaje D Aventura**

El 39.39% de los sujetos sí conocen el contenido de los reportajes del programa Disney Club, mientras que el 60.61% no. De los que sí conocen su promedio de opinión sobre el gusto por el reportaje *D Aventura* es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.5. Es decir, existe una diferencia de opinión de “0.5” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

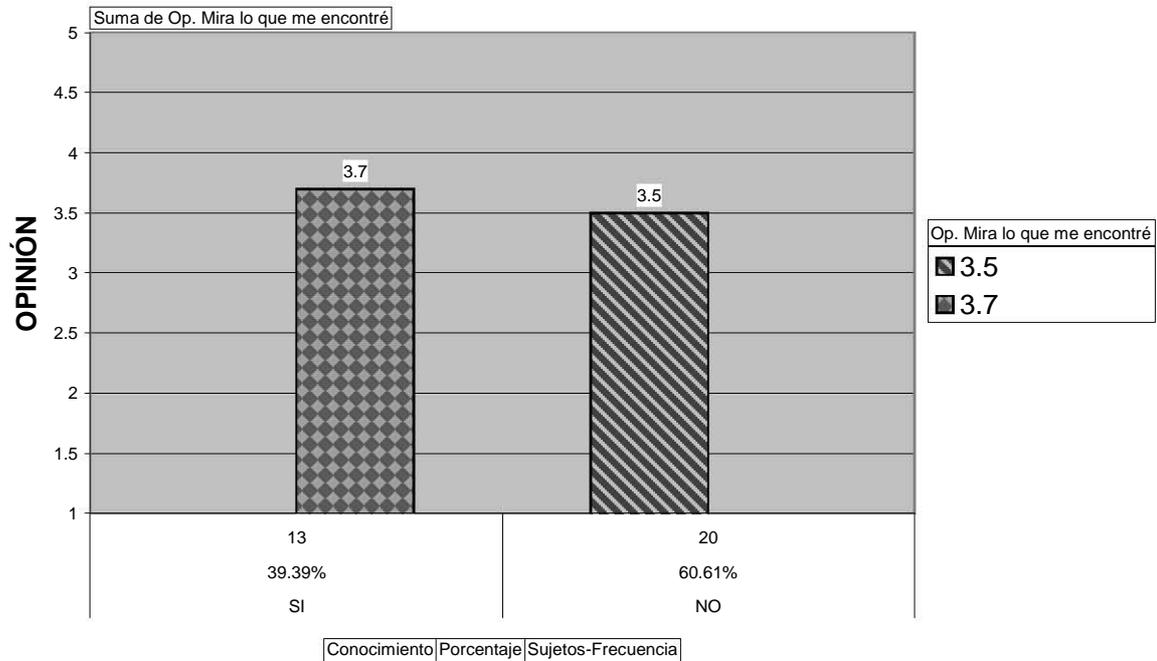
INDICADOR 1.2.2 CONTENIDO DE REPORTAJES



Contenido de reportajes, reportaje D Curiosos

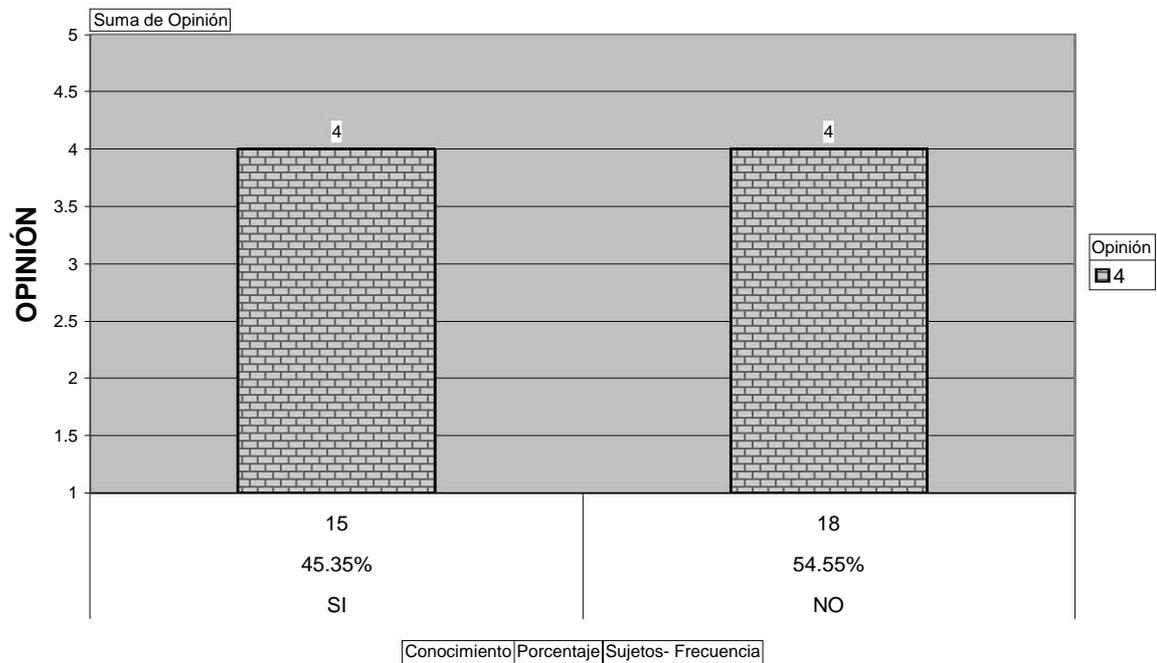
El 39.39% de los sujetos sí conocen el contenido de los reportajes del programa Disney Club, mientras que el 60.61% no. De los que sí conocen su promedio de opinión sobre el gusto por el reportaje *D Curiosos* es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.7. Es decir, existe una diferencia de opinión de “0.3” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

INDICADOR 1.2.2 CONTENIDO DE REPORTAJES

**Contenido de reportajes, reportaje Mira lo que me encontré**

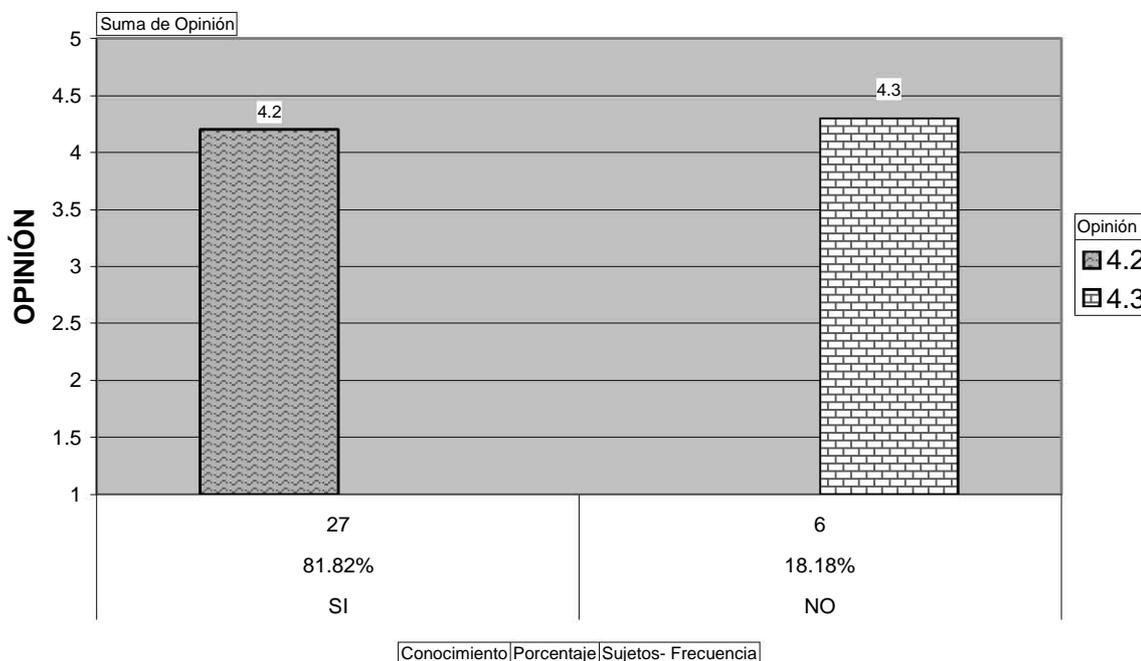
El 39.39% de los sujetos sí conocen el contenido de los reportajes del programa Disney Club, mientras que el 60.61% no. De los que sí conocen su promedio de opinión sobre el gusto por el reportaje *Mira lo que me encontré* es de 3.7, mientras que los que no conocen opinan 3.5. Es decir, existe una diferencia de opinión de "0.2" entre los que sí conocen con respecto a los que no.

INDICADOR 1.2.3 CONTENIDO DE SECCIONES

**Contenido de secciones**

El 45.35% de los sujetos sí conocen el contenido de las secciones del programa Disney Club, mientras que el 54.55% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el contenido de las secciones es de 4, mientras los que no lo conocen opinan 4. Es decir no existe ninguna diferencia de opinión.

INDICADOR 1.2.4 CONTENIDO DE CARICATURAS

**Contenido de caricaturas**

El 81.82% de los sujetos sí conocen el contenido de las caricaturas del programa Disney Club, mientras que el 8.18% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el contenido de las caricaturas es de 4.2, mientras los que no conocen opinan 4.3. Es decir hay una diferencia de opinión de “0.1” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De acuerdo a la lectura anterior se percibe que los focos rojos se encuentran en los indicadores de formato de caricaturas, formato de secciones, formato y contenido de reportajes. Asimismo, se procedió a realizar la interpretación de resultados por cruce de variables, únicamente de los indicadores que fueron percibidos como focos rojos, cabe señalar que para ser foco rojo debe ser mayor el número de sujetos que no conozcan el indicador o la opinión sea desfavorable.

4.4.3 Cruce de variables

En este apartado se mencionan los pasos para la lectura de variables sociodemográficas, además de los resultados de cada una de las variables de este estudio.

4.4.3.1 Procedimiento para la lectura del cruce de variables

Lo primero que se debe realizar es una reorganización de la base de datos dependiendo de cada variable, por ejemplo; por sexo, edad, grado escolar, lugar de residencia, etc., éstas dependerán del tipo de estudio que se esté realizando y las variables que hayan sido tomadas en cuenta.

El procedimiento es el mismo que en las tablas generales, sólo que se tiene que adecuar a cada variable que se esté analizando y agregar el porcentaje que determina.

Por ejemplo:

1.1.1.1 Conducciones en foro, el gusto por el arreglo por sexo

Sexo		Conocimiento		Opinión	
		Frec.	%	Frec.	Prom.
Femenino	SI	3	60	3	4
	NO	2	40	2	3
	TOTAL	5	100	5	3.5
Masculino	SI	0	0	0	0
	NO	2	100	1	4
	TOTAL	2	100	1	4

De las mujeres el 60% sí conocen la forma del arreglo de las conducciones en foro mientras que el 40% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto de cómo arreglan el foro es de 4, mientras las que no lo conocen opinan 3. Es decir, hay una diferencia de opinión de más de "1" entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres ninguno conoce el formato de las conducciones en foro y de los que no conocen que es el 100% opinan 4 sobre la forma del arreglo.

El género sexual determina en un **57.1 %** el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, en concreto al gusto de cómo arreglan el foro.

El porcentaje anterior se consigue realizando una regla de tres, se suman los sujetos que sean mayor cantidad (no importa que conozcan o no), en este caso se sumaron los de “No” que son 4 de un total de 7.

$$7 = 100$$

$$4 = ?$$

$$4 * 100 = 400 / 7 = 57.14\%$$

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto de cómo arreglan el foro, es de **3.6**, lo cual está determinado por el género sexual.

Este dato se retoma de la tabla general que corresponda a cada reactivo.

El género sexual determina en un “.5” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto de como arreglan el foro.

Se obtiene con la comparación del promedio total de opinión dependiendo de cada variable, en este caso del total femenino (3.5) y el total masculino (4). Esta diferencia es “.5”, de igual manera puede no haber diferencia según el caso.

4.4.3.2 Cruce de variables sociodemográficas

Para encontrar una descripción con mayor profundidad se recomienda revisar los 37,440 datos generados y localizados en las tablas de resultados de cruces de variables, que se encuentran, con sus respectivas lecturas, Anexo "4", Disco 1.

4.5 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para realizar el análisis e interpretación de resultados se cuenta con la base de datos que se presentan en las tablas de resultados (véase anexo 3). En estas tablas se pueden cotejar los resultados generales, particulares del cuestionario y el cruce de los dos anteriores respecto a cada variable sociodemográfica⁸¹.

En este trabajo se procedió al análisis de los focos rojos, realizándose el cruce de variable género sexual con las variables sociodemográficas, edad y posición familiar, esto debido a que responde al interés de la producción Disney Club, para conocer lo que opinan los *niños* sobre el contenido del programa.

4.5.1 Interpretación de resultados por cruce de variables

A continuación se presenta el análisis de las lecturas generales, donde se identificaran los focos rojos de este estudio.

El procedimiento que se siguió para realizar la interpretación fue cimentado en la base de datos general. Para la interpretación se presenta una gráfica donde se cruzan tres variables que responden a las necesidades que motivaron la investigación⁸².

⁸¹ Recuérdese que las variables de este trabajo son: sexo, edad, grado escolar, posición familiar y lugar de residencia.

⁸² Las variables sociodemográficas utilizadas son: sexo, edad y posición familiar, esto se debe a que a la producción Disney Club le despiertan mayor interés.

Para poder medir la satisfacción de la preferencia de los encuestados hacia las diversas partes del programa Disney Club, se realizó una escala del número 1 al 5 y con la equivalencia siguiente:

Nada=1

Poco=2

Regular=3

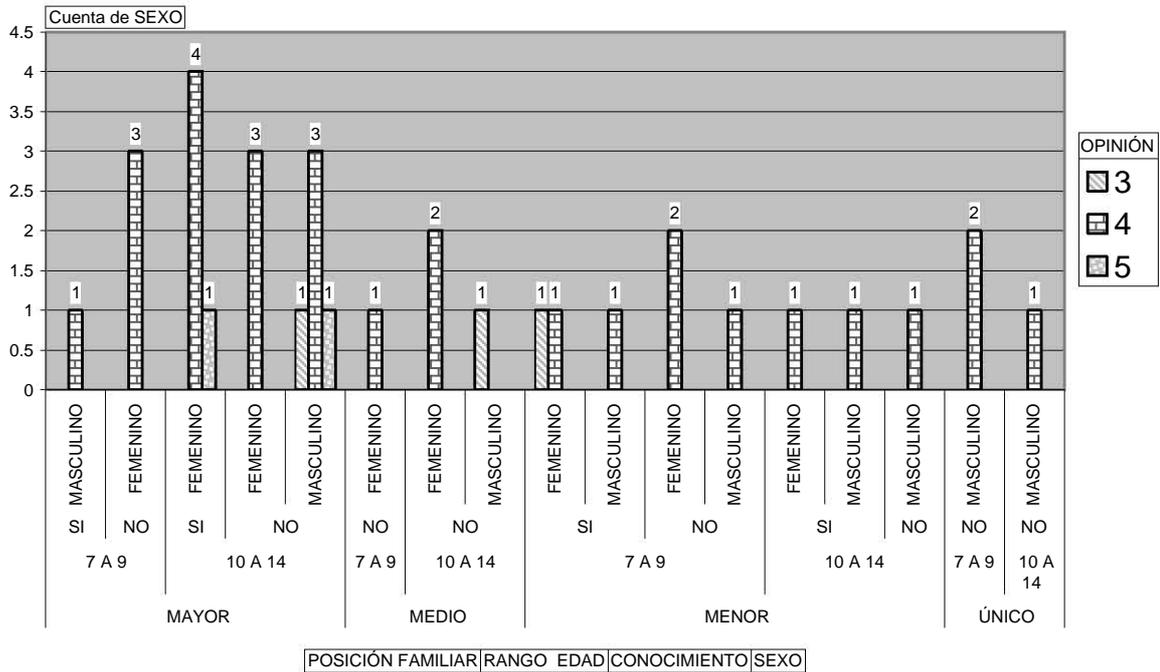
Mucho=4

Muchísimo=5

A continuación se presentan las gráficas con la escala numérica del 1 al 5 y la interpretación se realizó de los focos rojos detectados, es decir, de los indicadores

1.1.2 formato reportajes, 1.1.3 formato de secciones, 1.1.4 formato de caricaturas y 1.2.2 contenido de reportajes y se relacionó con las variables de género sexual, edad y posición familiar, determinado por las necesidades del estudio.

1.1.2 FORMATO DE REPORTAJES



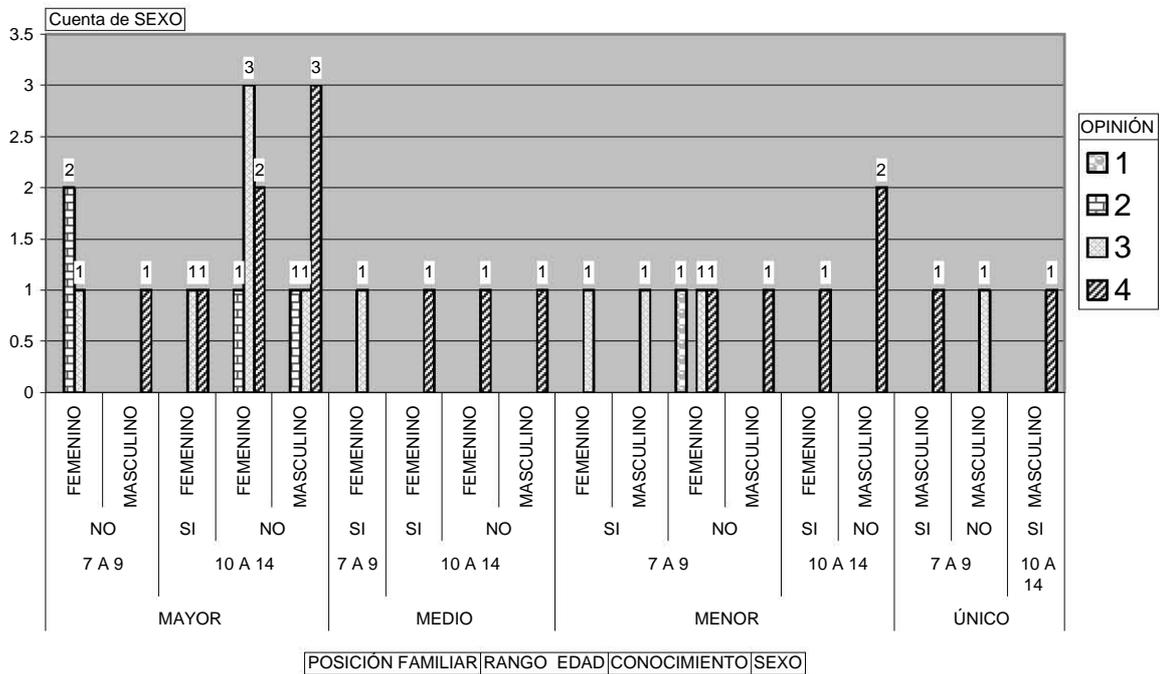
En la gráfica se presenta a los sujetos clasificados por género sexual, rango de edad, posición familiar, conocimiento sobre el formato de reportajes y opinión con respecto al gusto de las locaciones de los reportajes del programa Disney Club.

Un foco rojo es el formato de los reportajes debido a que el 66.66% de los encuestados no conoce el formato de éste⁸³, aunque sea una opinión favorable para las locaciones, puede ser falseada debido a lo antes mencionado, existe la calificación de regular hacia el formato de los reportajes, pero ésta la asignan sujetos que no conocen.

⁸³ Puede observarse en las gráficas de resultados generales en el apartado 4.4.2.4

La frecuencia más alta se presenta en la variable sociodemográfica posición familiar hijo mayor, de rango de edad 10 a 14 años, de los cuales 61.53% no conoce el formato de los reportajes, y el 38.46% restante que pertenecen al género sexual femenino, son los que conocen y opinan de manera muy favorable sobre el gusto por las locaciones de los reportajes.

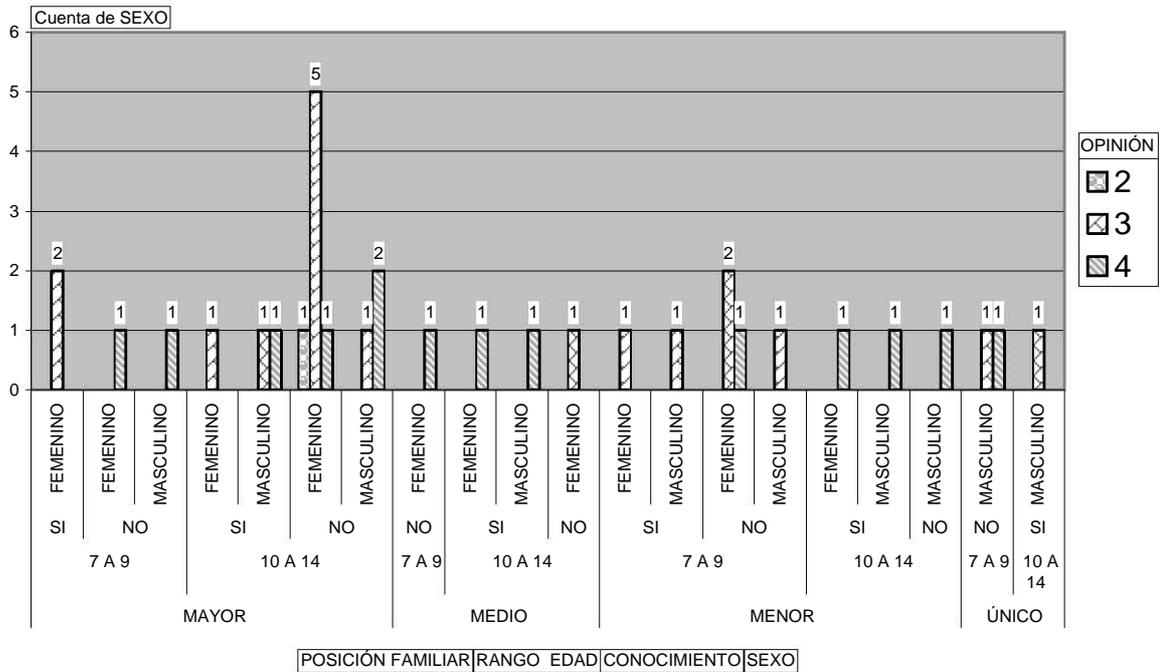
1.1.3 FORMATO DE SECCIONES



La gráfica presenta sujetos clasificados por género sexual, rango de edad, posición familiar, conocimiento sobre el formato de secciones y opinión con respecto a la claridad de las imágenes en la sección Ilusión D del programa Disney Club.

El 27.27% conocen el formato de las secciones, además obsérvese que existe discrepancia de opinión que oscila de la calificación numérica de 3 (regular) al 4 (mucho) y se refleja de manera más directa en la posición familiar hijo mayor, rango de edad de 10 a 14 años, de ambos sexos, asimismo el 84.61% no conoce el formato de las secciones y debido a esto se impide tomar como factor de opinión; sin embargo, el 15.38% restante recae en el género sexual femenino y su opinión está dividida en regularmente y muy claras las imágenes en la sección Ilusión D.

1.1.4 FORMATO DE CARICATURAS

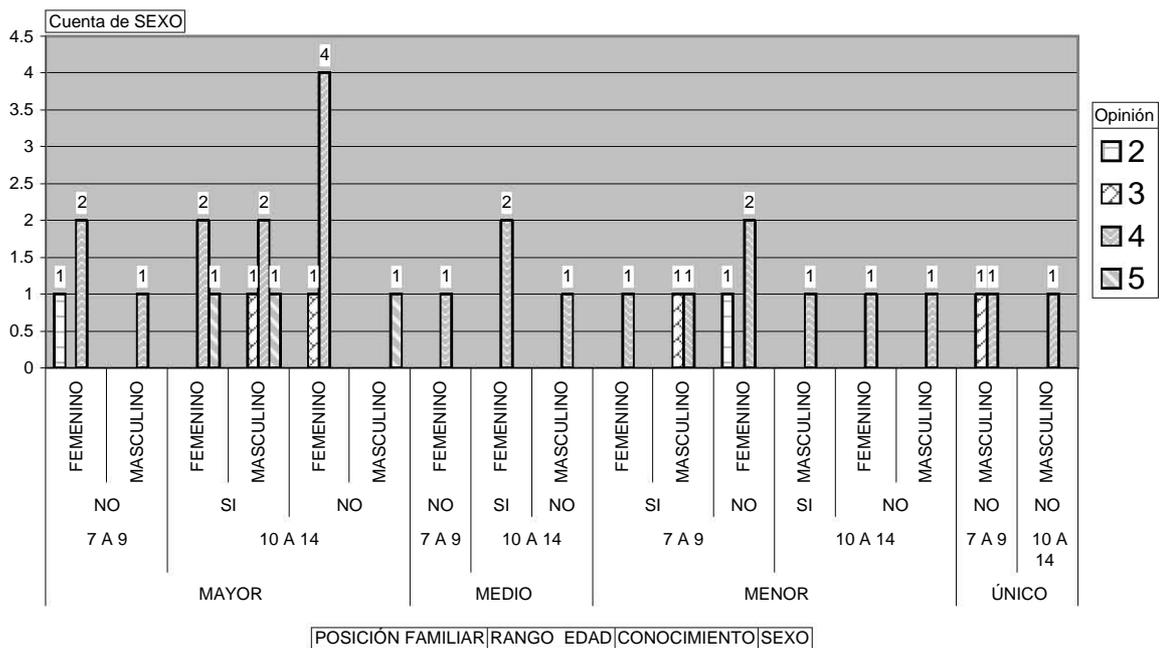


En la gráfica se clasificó por género sexual, rango de edad, posición familiar, conocimiento sobre el formato de las caricaturas y opinión con respecto al número de capítulos que se transmiten en el programa Disney Club.

Obsérvese que es notable una discrepancia de opinión donde predomina la calificación de regular, sobre el gusto por el número de capítulos que se transmiten de caricaturas, sin embargo el 66.67% no conocen el formato de tales, por ende, puede decirse, que la información puede estar falseada y que no es factor el género sexual, el rango de edad o la posición familiar, para que conozcan el formato de las caricaturas.

Sin embargo, del 100% que conoce el formato de las caricaturas, el 63.63% otorga una calificación de 3, es decir, de regular, al número de capítulos que se transmiten de las caricaturas.

**1.2.2 FORMATO DE REPORTAJES
OPINION SOBRE REPORTAJE D AVENTURA**



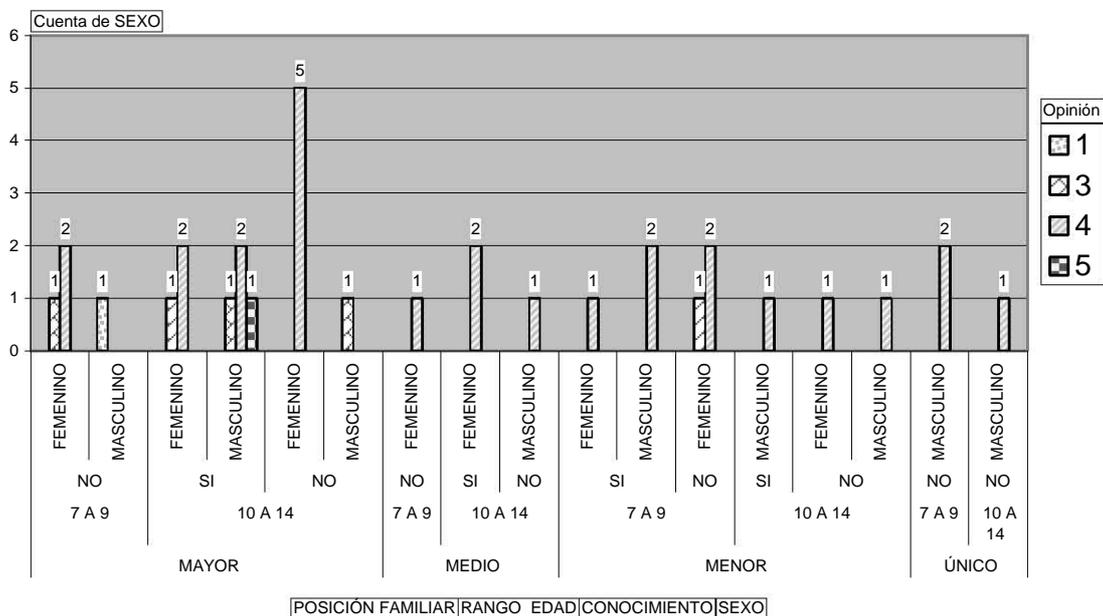
En la gráfica se muestran sujetos clasificados por género sexual, rango de edad, posición familiar, conocimiento sobre el formato de reportajes y opinión con respecto al gusto por el reportaje *D Aventura* del programa Disney Club.

Es un foco rojo⁸⁴, porque el 60.61% no conoce el formato de los reportajes; sin embargo, el 39.39% que conoce, tiene una opinión favorable sobre el reportaje *D Aventura*.

La gráfica demuestra que predomina la opinión favorable sobre el gusto por el reportaje *D Aventura*, aunque no todos conozcan, pero la frecuencia más alta recae en el rango de edad de 10 a 14 años de posición familiar hijo mayor, del cual el 53.84% conoce el formato de reportajes y el 28.57% tiene una opinión regular sobre dicho reportaje.

Existe opinión favorable entre la posición familiar hijo intermedio y menor del rango de edad de 10 a 14 años, que conocen el formato de los reportajes, sin embargo, en el rango de edad de 7 a 9 años, posición familiar hijo menor, el 33.33% asigna una calificación de 3, es decir, califica de regular el reportaje *D Aventura*.

1.2.2 FORMATO DE REPORTAJES
OPINIÓN SOBRE REPORTAJE D CURIOSOS



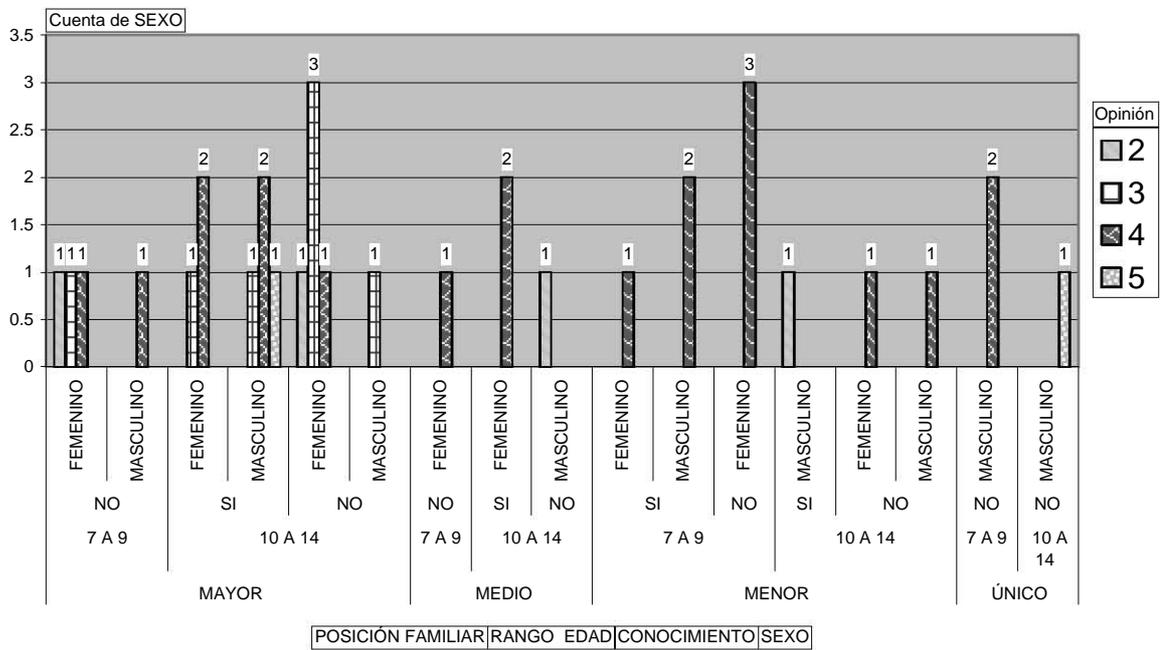
⁸⁴ Puede observarse en las gráficas de resultados generales.

En la gráfica se presentan sujetos clasificados por género sexual, rango de edad, posición familiar, conocimiento sobre el formato de reportajes y opinión con respecto al gusto por el reportaje *D Curiosos* del programa Disney Club.

Obsérvese que la gráfica muestra que predomina la opinión favorable, sin embargo, el 60.61% no conoce el formato de los reportajes. De los sujetos de posición familiar hijo intermedio del rango de edad de 10 a 14 años y la posición de hijo menor de ambos rangos, que conocen el formato, tienen una opinión favorable sobre el reportaje *D Curiosos*.

Asimismo, en la posición familiar hijo mayor del rango de edad de 10 a 14 años, se cuenta con un 23.07% que califica con 3, es decir, que opina medianamente favorable hacia el reportaje *D Curiosos*.

**1.2.2 CONTENIDO DE REPORTAJES
OPINIÓN SOBRE EL REPORTAJE MIRA LO QUE ME ENCONTRÉ**



La gráfica muestra a los encuestados clasificados por género sexual, rango de edad, posición familiar, conocimiento sobre el formato de reportajes y opinión con respecto al gusto por el reportaje *Mira lo que me encontré* del programa Disney Club.

Obsérvese que la gráfica muestra que existe discrepancia de opinión. La frecuencia más alta se encuentra en el rango de edad de 10 a 14 años, de los cuales en la posición familiar hijo mayor, el 45.15%, opinó regular sobre el gusto por el reportaje *Mira lo que me encontré*.

En el rango de edad de 7 a 9 años de posición familiar hijo intermedio y menor, que conoce el formato de los reportajes, calificó con 4, el gusto por el reportaje *Mira lo que me encontré*. En contraposición un solo sujeto de 10 a 14 años de posición familiar hijo menor, asignó una calificación de 2, sobre el gusto por el reportaje.

4.6 SUGERENCIAS

Debe destacarse que la investigación realizada sólo cumple con los objetivos de exploración, es decir, que únicamente puede contestar cuales son las partes del programa que menos les gustan a los *niños*.

Los focos rojos detectados en esta investigación pueden profundizarse con otros estudios de opinión pública que detectase el porqué del desagrado hacia estas partes del programa.

Sin embargo, la investigación realizada permite saber de manera más clara la frecuencia a la que va dirigida el programa Disney Club, que son niños y *niños* de 10 a 14 años, es decir, se identificó que éste es el perfil del público al que llega el programa con mayor impacto.

De igual manera, se identificaron los focos rojos que recaen específicamente en el formato y contenido de reportajes, formato de secciones y formato de caricaturas.

La opinión en todos los casos es favorable hacia todos los focos rojos, sin embargo, no puede creerse firmemente en esta apreciación debido que los sujetos encuestados no conocen del tema del se está preguntando, por ende, puede inferirse que opinan por opinar, asimismo, los sujetos de 10 a 14 años que conocen, son un poco más severos hacia partes del programa.

Se sugiere que antes de que se realice un segundo estudio de opinión pública (si así lo requiere la producción Disney Club), se tomen en cuenta los siguientes puntos.

Partiendo de que a los *niños* de 7 a 9 años, no les causan gran impacto los reportajes o las secciones, podría tenerse un lenguaje más claro para este rango de edad y de igual manera hacer reportajes que estuvieran a su alcance.

Para los *niños* de 10 a 14 años, es recomendable que se preste mayor atención en los reportajes *D Aventura* y *Mira lo que me encontré*, debido a que el 60.61% de la población encuestada no conocen el formato de los reportajes, sin embargo, los reportajes que califican con menor grado son los niños de 10 a 14 años. Teniendo la calificación más baja el reportaje de *Mira lo que me encontré*, se recomienda que se cambie su diseño como punto de partida.

Respecto al formato de las secciones, se sugiere que se preste atención a su diseño, es decir que se modifique y que sea más atractivo visualmente para que atraiga la atención de los *niños*.

Considerando que se gane mayor peso en los reportajes y secciones se podrá contrarrestar el desacuerdo que existe por el formato de caricaturas; es decir, si todas las partes del programa Disney Club causan el mismo impacto que las caricaturas, la emisión televisiva tendría un *rating* constante.

Se sugiere que se realicen dos tipos de estudio de opinión pública, uno que detecte el porqué del desagrado de partes del programa y otro que sea comparativo (enfrentamiento) con otros canales de televisión, específicamente canal 5.

CONCLUSIONES

Este apartado tiene como finalidad hacer un recuento de la investigación de Opinión Pública realizada desde los conceptos, metodología, técnica y temática.

Se tomó como base la Teoría General de Sistemas, la cual indica que la comunicación puede ser analizada desde el punto sistémico, porque es un objeto organizado de estudio, y por tanto puede ser analizado como un sistema. Dado que la comunicación es un sistema que está inmerso dentro de otros. Se sostiene que la Opinión Pública es un subsistema del Sistema Comunicativo, debido a que comparte sus mismos elementos estructurantes que son: actores, expresiones, instrumentos y representaciones.

En este trabajo se retomó el concepto de Opinión Pública “El conjunto de expresiones (que no necesariamente tienen la misma dirección, ni intensidad) producida por los actores (miembros de un grupo social específico) a través de instrumentos de comunicación para generar representaciones sobre un referente público”.⁸⁵

La Teoría General de Sistemas permitió ubicar los elementos de la Opinión Pública, que en la presente investigación están representados por:

⁸⁵ Concepto obtenido del Seminario Extracurricular de Titulación: Opinión Pública. UNAM, FES, Acatlán, 2005.

- Actores: Audiencia infantil del programa Disney Club
- Expresiones: Forma y contenido del programa Disney Club
- Instrumentos: Cuestionario telefónico, y
- Expresiones: Conjunto de datos que orientarán y definirán la opinión del grupo social.

El primer paso de metodología que se realizó fue la creación de la tabla de operacionalización, la cual sirve para hacer accesibles los conceptos que determinaron la construcción del cuestionario; es decir, se estableció una relación entre el Marco Conceptual y el referente a estudiar (en este caso el programa Disney Club), para construir las categorías de la tabla de operacionalización.

La tabla permitió profundizar en los conceptos de conocimiento, opinión y variables sociodemográficas para obtener los reactivos que crearon el cuestionario.

Obteniendo los reactivos, se consideraron los criterios que permitieron la organización para el cuestionario, a través de la tabla de arboreación, que en otro término es un diagrama, que permitió hacer un acomodo gráfico de las preguntas del cuestionario⁸⁶.

La tabla de arboreación facilitó la construcción de la tabla de equivalencias, la cual es una lista doble, donde se plasma el número del reactivo del cuestionario contra el número de reactivo de la tabla de operacionalización. Esta tabla ayudó a que, de manera sencilla, se pudiera comparar o corroborar alguna duda surgida en torno al cuestionario, o a la hora de la creación de la base de datos.

⁸⁶Pueden estar ordenadas de lo general a lo particular, de lo particular a lo general, o que el cuestionario lleve pases, en esta investigación se realizó de lo general a lo particular.

La prueba piloto sirvió para identificar posibles fallas del cuestionario y las mejoras a esté. Los resultados de la prueba piloto se presentaron a través de tablas conformadas por frecuencia y porcentaje de conocimiento, y frecuencia y promedio de opinión, tanto en resultados generales como en cruce de variables sociodemográficas.

El tipo el levantamiento de datos se dio a partir de las características de la población a encuestar y los criterios para la aplicación del cuestionario. Esta investigación se conformó por una muestra no probabilística, que consistió en la aplicación de 33 cuestionarios vía telefónica, en el período del 26 de noviembre al 17 de diciembre de 2005, y comprende el rango de edad de 7 a 14 años.

Se realizó una bitácora para dar cuenta de los acontecimientos surgidos en el período de levantamiento.

El vaciado se realizó en una base de datos de Excel, la cual está constituida por variables sociodemográficas con los reactivos de opinión y conocimiento. Con esta información se procedió a la creación de las tablas generales para presentar los resultados, a través de frecuencia y porcentaje de conocimiento, y frecuencia y promedio de opinión, se presentan también los resultados por cruce de variables sociodemográficas.

Posteriormente, de acuerdo a los resultados antes mencionados, se identificaron los focos rojos, que responden a las necesidades que motivaron a la producción Disney Club para esta investigación. Los focos rojos recaen específicamente en el formato y contenido de reportajes, formato de secciones y formato de caricaturas. Cabe destacar que el reportaje que menos calificación de preferencia obtuvo fue *Mira lo que me encontré*.

La herramienta que se utilizó para la interpretación de resultados fue la opinión de tablas dinámicas de Excel, las cuales permitieron realizar el cruce de tres variables sociodemográficas, sexo, edad y posición familiar, a su vez como variables de conocimiento y opinión.

El enfrentamiento de las hipótesis alternativas de conocimiento y de opinión con los resultados generales y las variables sociodemográficas de la investigación son:

Se destaca que el porcentaje general está dividido en 45.08% que conoce y 54.92% no tiene conocimiento

Hipótesis alternativas de conocimiento:

1. El género sexual determina en un 50% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido.

Los resultados de la investigación, denotan que la hipótesis alternativa antes mencionada es incorrecta, ya que el género sexual determina en un 44.43% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido.

Asimismo, el género femenino en un 48.68% conoce el contenido y forma del programa Disney Club de TV Azteca, a diferencia del género masculino que conoce un 8.5% menos, es decir, que de su 100%, sólo el 40.18% conoce el contenido y forma del programa.

2. La edad determina en un 80% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido.

La hipótesis alternativa respecto a la edad fue rechazada, ya que la edad determina en 44.25% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido.

Con base a los resultados de la investigación se observa que entre más grande sea el niño(a), se tiene mayor conocimiento, es decir, de los sujetos encuestados del rango de edad de 10 a 14 años, el 48.18% conocen el contenido y forma del programa Disney Club de TV Azteca, existiendo una diferencia del 7.75% menos con respecto al rango de edad de 7 a 9 años, es decir, el 40.38% lo conocen.

3. El grado escolar determina en un 60% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido.

La investigación arroja que el grado escolar determina en 49.40% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido. Este dato, confirma que entre más edad tenga el encuestado, más conoce. La investigación indica que el 57.81% del grado escolar en secundaria conoce el contenido y forma del programa Disney Club de TV Azteca.

4. La posición familiar determina en un 80% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido.

La hipótesis alternativa es errónea, debido a que la posición familiar determina en un 45.17% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido. Debe destacarse que la posición familiar hijo menor, en esta investigación, es la que tiene mayor conocimiento (51.25%) respecto al contenido y forma del programa Disney Club de TV Azteca. En la mayoría de los rangos existe una constancia de conocimiento. Sin embargo, se resalta que la posición familiar hijo único es la que menor conocimiento tiene, con un porcentaje del 62.50.

5. El lugar de residencia determina en un 70% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido.

La investigación denota que el lugar de residencia determina en un 45.74% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido. Partiendo de resultados el Estado de México, determina en un 47.22% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, y los que menos conocen son los de Distrito Federal con un 55.73%.

Hipótesis alternativas de opinión

La opinión general es favorable, ya que cuenta con un 75.42% de la población que califica la forma y el contenido del programa de Disney Club con 4 y 5 sobre la satisfacción hacia sus preferencias.

A continuación se enuncian las hipótesis alternativas de opinión, seguidas de los resultados que arrojó la investigación.

6. La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido es de 2, en un rango de 1 a 5, donde 1 es la opinión más desfavorable y 5 es la opinión más favorable, lo cual está determinado por el género sexual.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido es de 3.7, en un rango de 1 a 5, donde 1 es la opinión más desfavorable y 5 la más favorable, lo cual está determinado por el género sexual, se erró en "1.7".

7. La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido es de 3, en un rango de 1 a 5, donde 1 es la opinión más favorable y 5 es la favorable, lo cual está determinado por la edad.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido es de 3.7, en un rango de 1 a 5, donde 1 es la opinión más desfavorable y 5 la más favorable, lo cual está determinado por la edad, se erró en "0.7".

8. La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido es de 2, en un rango de 1 a 5, donde 1 es la opinión más desfavorable y 5 es la opinión más favorable, lo cual está determinado por el grado escolar.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido es de 3.8, en un rango de 1 a 5, donde 1 es la opinión más desfavorable y 5 la más favorable, lo cual está determinado por el grado escolar, se erró en "1.8".

9. La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido es de 3, en un rango de 1 a 5, donde 1 es la opinión más desfavorable y 5 es la opinión más favorable, lo cual está determinado por la posición familiar.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido es de 3.8, en un rango de 1 a 5, donde 1 es la opinión más desfavorable y 5 la más favorable, lo cual está determinado por la posición familiar, se erró en "0.8"

10. La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido es de 3, en un rango de 1 a 5, donde 1 es la opinión más desfavorable y 5 es la opinión más favorable, lo cual está determinado por el lugar de residencia.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido es de 3.7, en un rango de 1 a 5, donde 1 es la opinión más desfavorable y 5 la más favorable, lo cual está determinado por el lugar de residencia, se erró en "0.7".

RESULTADOS DE PRUEBA PILOTO

A continuación se presentan los resultados de cada uno de los indicadores donde se relacionan los reactivos de conocimiento y opinión, lo cual se indica en el título del cuadro. Cada tabla contiene tres columnas: en la primera se indica los sujetos que conocen o no, en la segunda la frecuencia y porcentaje de los sujetos que conocen o no; la tercera la opinión de los sujetos, en frecuencia y promedio, de los sujetos que conocen o no. En la última celda (inferior derecha) aparece el promedio de opinión por indicador.

1.1.1.1 Formato de conducciones en foro

	Conocimiento		Opinión	
	Frec.	%	Frec.	Prom.
SI	3	42.9	3	4
NO	4	57.1	3	3.3
TOTAL	7	100	6	3.6

El 42.9 % de los sujetos sí conocen la forma de las conducciones de foro del programa Disney Club, mientras que el 57.1% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la forma de las conducciones de foro, es de 4, mientras los que no lo conocen opinan 3.3. Es decir hay una diferencia de opinión de más “.7” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

1.1.2.1 Formato de reportajes

	Conocimiento		Opinión	
	Frec.	%	Frec.	Prom.
SI	3	42.9	3	4
NO	4	57.1	4	4.5
TOTAL	7	100	7	4.2

El 42.9 % de los sujetos sí conocen la forma de los reportajes del programa Disney Club, mientras que el 57.1% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la forma de los reportajes, es de 4, mientras los que no lo conocen opinan 4.5. Es decir hay una diferencia de opinión de más “.5” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

1.1.3.1 Formato de secciones

	Conocimiento		Opinión	
	FREC.	%	FREC.	Prom.
SI	1	14.3	1	4
NO	6	85.7	6	2.8
TOTAL	7	100	7	3.4

El 14.3 % de los sujetos sí conocen la forma de las secciones del programa Disney Club, mientras que el 85.7% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la forma de las secciones, es de 4, mientras los que no lo conocen opinan 2.8. Es decir hay una diferencia de opinión de más “.2” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

1.1.4.1 Formato de caricaturas

	Conocimiento		Opinión	
	FREC.	%	FREC.	Prom.
SI	2	28.6	2	4
NO	5	71.4	5	3.4
TOTAL	7	100	7	3.7

El 28.6% de los sujetos sí conocen la forma de las caricaturas del programa Disney Club, mientras que el 71.4% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la forma de las caricaturas, es de 4, mientras los que no lo conocen opinan 3.4. Es decir hay una diferencia de opinión de más “.6” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

1.2.1.1. Contenido de conducciones en foro

	Conocimiento		Opinión	
	Frec.	%	Frec.	Prom.
SI	5	71.4	5	4
NO	2	28.6	1	3
TOTAL	7	100	6	3.5

El 71.4% de los sujetos sí conocen el contenido de las conducciones del programa Disney Club, mientras que el 28.6% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el contenido de las conducciones, es de 4, mientras los que no lo conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de más “1” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

1.2.1.1. Contenido de reportajes

	Conocimiento		Opinión		
	Frec.	%	Frec.	Prom.	
SI	0	0	0	0	
NO	7	100	D AVENTURA	7	3.7
			D CURIOSOS	7	3.8
			MIRA LO QUE ME ENCONTRÉ	7	3.5
TOTAL	7	100	7		

El 100% de los sujetos no conocen el contenido de los reportajes del programa Disney Club. El promedio de los que no conocen el reportaje D Aventura es de 3.7, de los que no conocen el reportaje D Curiosos es de 3.8 y de los que no conocen el reportaje Mira lo que me encontré es de 3.5.

1.2.3.1 Contenido de secciones

	Conocimiento		Opinión	
	Frec.	%	Frec.	Prom.
SI	4	57.1	4	3
NO	3	42.9	3	4.3
TOTAL	7	100	7	3.6

El 57.1% de los sujetos sí conocen el contenido de las secciones del programa Disney Club, mientras que el 42.9% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el contenido de las secciones, es de 3, mientras los que no lo conocen opinan 4.3. Es decir hay una diferencia de opinión de más "1.3" entre los que sí conocen con respecto a los que no.

1.2.4.1 Contenido de caricaturas

	Conocimiento		Opinión	
	Frec.	%	Frec.	Prom.
SI	6	85.7	6	4.5
NO	1	14.3	1	4
TOTAL	7	100	7	4.2

El 85.7% de los sujetos sí conocen el contenido de las caricaturas del programa Disney Club, mientras que el 14.3% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el contenido de las caricaturas, es de 4.5, mientras los que no lo conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de más “.5” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

A continuación se presentarán los resultados de acuerdo a cada variable sociodemográfica:

SEXO

1.1.1.1 Conducciones en foro, el gusto por el arreglo por sexo

Sexo		Conocimiento		Opinión	
		Frec.	%	Frec.	Prom.
Femenino	SI	3	60	3	4
	NO	2	40	2	3
	TOTAL	5	100	5	3.5
Masculino	SI	0	0	0	0
	NO	2	100	1	4
	TOTAL	2	100	1	4

De las mujeres el 60% sí conocen la forma del arreglo de las conducciones en foro mientras que el 40% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto de cómo arreglan el foro es de 4, mientras las que no lo conocen opinan 3. Es decir, hay una diferencia de opinión de más de “1” entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres ninguno conoce el formato de las conducciones en foro y de los que no conocen que es el 100% opinan 4 sobre la forma del arreglo.

El género sexual determina en un 57.1 % el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, en concreto al gusto de cómo arreglan el foro.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto de cómo arreglan el foro, es de 3.6, lo cual está determinado por el género sexual.

El género sexual determina en un “.5” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto de cómo arreglan el foro.

1.1.2.1 Gusto por la locación de los reportajes por sexo

Sexo		Conocimiento		Opinión	
		Frec.	%	Frec.	Prom.
Femenino	SI	1	20	1	4
	NO	4	80	4	4.5
	TOTAL	5	100	5	4.2
Masculino	SI	0	0	0	0
	NO	2	100	2	4
	TOTAL	2	100	2	4

De las mujeres el 20 % sí conocen el formato de los reportajes mientras que el 80% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto de las locaciones de los reportajes es de 4, mientras las que no lo conocen opinan 4.5. Es decir, hay una diferencia de opinión de más de “.5” entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres ninguno conoce el formato de los reportajes y de los que no conocen que es el 100% opinan 4 sobre el gusto por las locaciones de los reportajes.

El género sexual determina en un 85.7 % el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, en concreto al gusto por las locaciones de los reportajes.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las locaciones de los reportajes, es de 4.2, lo cual está determinado por el género sexual.

El género sexual determina en un “.2” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto de las locaciones de los reportajes.

1.1.3.1 Claridad de imágenes de sección por sexo

Sexo		Conocimiento		Opinión	
		Frec.	%	Frec.	Prom.
Femenino	SI	1	20	1	4
	NO	4	80	4	3
	TOTAL	5	100	5	3.5
Masculino	SI	0	0	0	0
	NO	2	100	2	2.5
	TOTAL	2	100	100	2.5

De las mujeres el 20 % sí conocen el formato de las secciones mientras que el 80% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión, sobre la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D es de 4, mientras las que no lo conocen opinan 3. Es decir, hay una diferencia de opinión es de más de “1” entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres ninguno conoce el formato de las secciones y de los que no conocen que es el 100% opinan 2.5 sobre la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D.

El género sexual determina en un 85.7 % el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, en concreto a la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D, es de 3.4, lo cual está determinado por el género sexual.

El género sexual determina en un “1” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D.

1.1.4.1 Formato de capítulos de caricaturas por sexo

Sexo		Conocimiento		Opinión	
		Frec.	%	Frec.	Prom.
Femenino	SI	2	40	2	4
	NO	3	60	3	3.6
	TOTAL	5	100	5	3.8
Masculino	SI	0	0	0	0
	NO	2	100	2	3
	TOTAL	2	100	2	3

De las mujeres el 40 % sí conocen el formato de los capítulos de las caricaturas mientras que el 60% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto por el número de capítulos de las caricaturas es de 4, mientras las que no lo conocen opinan 3.6. Es decir, hay una diferencia de más de “.4” entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres ninguno conoce el formato de los capítulos de las caricaturas y de los que no conocen que es el 100% opinan 3 sobre el gusto por el número de capítulos.

El género sexual determina en un 71.4 % el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, en concreto al gusto por el número de capítulos de las caricaturas.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el número de capítulos de las caricaturas, es de 3.7, lo cual está determinado por el género sexual.

El género sexual determina en un “.8” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el número de capítulos de las caricaturas.

1.2.1.1 Contenido de conducciones en foro por sexo

Sexo		Conocimiento		Opinión	
		Frec.	%	Frec.	Prom.
Femenino	SI	4	80	4	4
	NO	1	20	1	3
	TOTAL	5	100	5	3.5
Masculino	SI	1	50	1	4
	NO	1	50	0	0
	TOTAL	2	100	1	4

De las mujeres el 80% sí conocen el contenido de las conducciones en foro mientras que el 20% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto por las bromas en foro es de 4, mientras las que no lo conocen opinan 3. Es decir, hay una diferencia de más de “1” entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres está dividido en un 50% los que conocen y los que no conocen el contenido de las conducciones en foro. De los que sí conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto por las bromas en foro es de 4, mientras los que no conocen no opinan.

El género sexual determina en un 71.4 % el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, en concreto al gusto por las bromas en foro.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las bromas en foro es de 3.5, lo cual está determinado por el género sexual.

El género sexual determina en un “.5” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las bromas en foro.

1.2.1.1 Gusto por el contenido de reportajes
por sexo

Sexo	Conocimiento			Opinión		
	Frec.	%		Frec.	Prom.	
Femenino	SI	0	0			
	<hr/>			D AVENTURA	0	0
	NO	5	100			
	TOTAL	5	100		4.2	
	SI	0	0			
	<hr/>			D CURIOSOS	5	4
	NO	5	100			
	TOTAL	5	100		4	
	SI	0	0			
<hr/>			MIRA LO QUE ME ENCONTRÉ	0	0	
NO	5	100				
TOTAL	5	100		4.2		

Sexo	Conocimiento			Opinión		
	Frec.	%		Frec.	Prom.	
Masculino	SI	0	0			
	<hr/>			D AVENTURA	0	0
	NO	2	100			
	TOTAL	2	100		2.5	
	SI	0	0			
	<hr/>			D CURIOSOS	2	3.5
	NO	2	100			
	TOTAL	2	100		3.5	
	SI	0	0			
<hr/>			MIRA LO QUE ME ENCONTRÉ	0	0	
NO	2	100				
TOTAL	2	100		4		

De las mujeres el 100% no conocen el contenido de los reportajes, el promedio de opinión de las que no conocen, sobre el gusto por el reportaje D Aventura, es de 4.2.

De las mujeres el 100% no conocen el contenido de los reportajes, el promedio de opinión de las que no conocen, sobre el gusto por el reportaje D Curiosos, es de 4.

De las mujeres el 100% no conocen el contenido de los reportajes, el promedio de opinión de las que no conocen, sobre el gusto por el reportaje Mira lo que me encontré, es de 4.2.

De los hombres el 100% no conocen el contenido de los reportajes, el promedio de opinión de los que no conocen, sobre el gusto por el reportaje D Aventura, es de 2.5.

De los hombres el 100% no conocen el contenido de los reportajes, el promedio de opinión de los que no conocen, sobre el gusto por el reportaje D Curiosos, es de 3.5.

De los hombres el 100% no conocen el contenido de los reportajes, el promedio de opinión de los que no conocen, sobre el gusto por el reportaje Mira lo que me encontré, es de 4.

El género sexual determina en un 100% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por los reportajes.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje D Aventura, es de 3.7, lo cual está determinado por el género sexual.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje D Curiosos, es de 3.8, lo cual está determinado por el género sexual.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje Mira lo que me encontré, es de 3.5, lo cual está determinado por el género sexual.

El género sexual determina en un "1.7" la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje D Aventura.

El género sexual determina en un ".5" la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje D Curiosos.

El género sexual determina en un ".2" la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje Mira lo que me encontré.

1.2.3.1 Gusto por el contenido de las secciones por sexo

Sexo		Conocimiento		Opinión	
		Frec.	%	Frec.	Prom.
Femenino	SI	3	60	3	3
	NO	2	40	2	4.5
	TOTAL	5	100	5	3.7
Masculino	SI	1	50	1	3
	NO	1	50	1	4
	TOTAL	2	100	2	3.5

De las mujeres el 60% sí conocen el contenido de las secciones mientras que el 40% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto por las secciones es de 3, mientras las que no lo conocen opinan 4.5. Es decir, hay una diferencia de más de “1.5” entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres está dividido en un 50% los que conocen y los que no conocen el contenido de las secciones. De los que sí conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto por las secciones es de 3, mientras los que no conocen opinan 4. Es decir, hay una diferencia de más de “1” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El género sexual determina en un 57.1% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las secciones.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a la forma y contenido, en concreto al gusto por las secciones, es de 3.6, lo cual está determinado por el género sexual.

El género sexual determina en un “.2” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las secciones.

1.2.4.1 Gusto por el contenido de las caricaturas por sexo

Sexo		Conocimiento		Opinión	
		FREC.	%	Frec.	Prom.
Femenino	SI	4	80	4	4.5
	NO	1	20	1	4
	TOTAL	5	100	5	4.2
Masculino	SI	2	100	2	4.5
	NO	0	0	0	0
	TOTAL	2	100	2	4.5

De las mujeres el 80 % sí conocen el contenido de las caricaturas mientras que el 20% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto por la caricatura “Lilo y Stich” es de 4.5, mientras las que no lo conocen opinan 4. Es decir, hay una diferencia de más de “.5” entre las que sí conocen con respecto a los que no.

De los hombres todos conocen el contenido de las caricaturas y de los que conocen que es el 100%, opinan 4.5 sobre el gusto por la caricatura “Lilo y Stich”.

El género sexual determina en un 85.7 % el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, en concreto al gusto por la caricatura “Lilo y Stich”.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por la caricatura “Lilo y Stich”, es de 4.2, lo cual está determinado por el género sexual.

El género sexual determina en un “.3” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por la caricatura “Lilo y Stich”.

EDAD

1.1.1.1 Conducciones en foro, el gusto por el arreglo por edad

Edad		Conocimiento		Opinión	
		Frec.	%	Frec.	Prom.
De 7 a 9 años	SI	1	33.3	1	4
	NO	2	66.7	1	4
	TOTAL	3	100	2	4
De 10 a 14 años	SI	2	50	2	4
	NO	2	50	2	3
	TOTAL	4	100	4	3.5

De los niños de 7 a 9 años el 33.3% sí conocen la forma del arreglo de las conducciones en foro mientras que el 66.7% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto de cómo arreglan el foro es de 4, mientras los que no lo conocen opinan 4. Es decir, no existe ninguna diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no

De los niños de 10 a 14 años está dividido en un 50% los que conocen y los que no, la forma de arreglo del foro. De los que sí conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto de cómo arreglan el foro es 4, mientras los que no conocen opinan 3. Es decir, existe una diferencia de opinión de más de "1" entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 57.1% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, en concreto del gusto de cómo arreglan el foro.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto de cómo arreglan el foro, es de 3.6, lo cual está determinado por la edad.

La edad determina en un “.5” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto de cómo arreglan el foro.

1.1.2.1 Gusto por la locación de los reportajes por edad

Edad		Conocimiento		Opinión	
		Frec.	%	Frec.	Prom.
De 7 a 9 años	SI	2	66.7	2	4
	NO	1	33.3	1	4
	TOTAL	3	100	3	4
De 10 a 14 años	SI	1	25	1	4
	NO	3	75	3	4.6
	TOTAL	4	100	4	4.3

De los niños de 7 a 9 años el 66.7% sí conocen el formato de los reportajes mientras que el 33.3% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto de las locaciones de los reportajes es de 4, mientras los que no lo conocen opinan 4. Es decir, no existe ninguna diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los niños de 10 a 14 años el 25% sí conocen el formato de los reportajes mientras que el 75% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto de las locaciones de los reportajes es de 4, mientras los que no lo conocen opinan 4.6. Es decir, existe una diferencia de opinión de más de “.6” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 57.1% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las locaciones de los reportajes.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a la forma y contenido, en concreto al gusto por las locaciones de los reportajes es de 4.2, lo cual está determinado por la edad.

La edad determina en un “.3” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las locaciones de los reportajes.

1.1.3.1 Claridad de imágenes de sección por edad

Edad		Conocimiento		Opinión	
		Frec.	%	Frec.	Prom.
De 7 a 9 años	SI	0	0	0	0
	NO	3	100	3	2
	TOTAL	3	100	3	2
De 10 a 14 años	SI	1	25	1	4
	NO	3	75	3	3.6
	TOTAL	4	100	4	3.8

De los niños de 7 a 9 años el 100% no conoce el formato de las secciones. De los que no conocen, el promedio de opinión sobre la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D es de 2.

De los niños de 10 a 14 años el 25% sí conocen el formato de las secciones, mientras que 75% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la claridad de las imágenes de la sección ilusión D es de 4, mientras los que no conocen es de 3.6. Es decir, existe una diferencia de opinión de más de “.4” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 85.7% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a la forma y contenido y en concreto a la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D es de 3.4, lo cual está determinado por la edad.

La edad determina en un “1.8” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D.

1.1.4.1 Formato de capítulos de caricaturas por edad

Edad		Conocimiento		Opinión	
		Frec.	%	Frec.	Prom.
De 7 a 9 años	SI	0	0	0	0
	NO	3	100	3	3.3
	TOTAL	3	100	3	3.3
De 10 a 14 años	SI	2	50	2	4
	NO	2	50	2	3.5
	TOTAL	4	100	4	3.7

De los niños de 7 a 9 años el 100% no conoce el formato de los capítulos de las caricaturas. De los que no conocen, el promedio de opinión sobre el gusto por el número de capítulos, es de 3.3.

De los niños de 10 a 14 años está dividido en un 50% los que conocen y los que no conocen el formato de los capítulos de las caricaturas. De los que sí conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto de cómo arreglan el foro es 4, mientras los que no conocen opinan 3.5. Es decir, existe una diferencia de opinión de más de “.5” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 71.4 % el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, en concreto al gusto por el número de capítulos de las caricaturas.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el número de capítulos de las caricaturas, es de 3.7, lo cual está determinado por la edad.

La edad determina en un “.4” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el número de capítulos de las caricaturas.

1.2.1.1 Contenido de conducciones en foro por edad

Edad		Conocimiento		Opinión	
		Frec.	%	Frec.	Prom.
De 7 a 9 años	SI	2	66.6	2	3.5
	NO	1	33.3	0	0
	TOTAL	3	100	2	3.5
De 10 a 14 años	SI	3	75	3	4.3
	NO	1	25	1	3
	TOTAL	4	100	4	3.6

De los niños de 7 a 9 años el 66.6% sí conocen el contenido de las conducciones en foro mientras que el 33.3% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto por las bromas en foro es de 3.5, mientras los que no lo conocen no opinan.

De los niños de 10 a 14 años el 75% sí conocen contenido de las conducciones en foro, mientras que 25% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto por las bromas en foro es de 4.3, mientras los que no conocen opinan 3.

Es decir, existe una diferencia de opinión de más de “1.3” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 71.4 % el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, en concreto al gusto por las bromas en foro.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las bromas en foro es de 3.5, lo cual está determinado por la edad.

La edad determina en un “.1” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las bromas en foro.

1.2.2.1 Gusto por el contenido de reportajes por edad

Edad	Conocimiento			Opinión	
	Frec.	%		Frec.	Prom.
De 7 a 9 años	SI	0	0		
				D AVENTURA	
	NO	3	100		
	TOTAL	3	100		
	SI	0	0		
				D CURIOSOS	
	NO	3	100		
	TOTAL	3	100		
	SI	0	0		
				MIRA LO QUE ME ENCONTRÉ	
	NO	3	100		
	TOTAL	3	100		

Edad	Conocimiento			Opinión		
	Frec.	%		Frec.	Prom.	
De 10 a 14 años	SI	0	0	D AVENTURA	0	0
	NO	4	100		4	4.2
	TOTAL	4	100		4	4.2
	SI	0	0	D CURIOSOS	0	0
	NO	4	100		4	4
	TOTAL	0	0		4	4
	SI	0	0	MIRA LO QUE ME ENCONTRÉ	0	0
	NO	4	100		4	4.2
	TOTAL	4	100		4	4.2

De los niños de 7 a 9 años el 100% no conocen el contenido de los reportajes, su promedio de opinión sobre el gusto por el reportaje D Aventura, es de 3.

De los niños de 7 a 9 años el 100% no conocen el contenido de los reportajes, su promedio de opinión sobre el gusto por el reportaje D Curiosos, es de 3.6.

De los niños de 7 a 9 años el 100% no conocen el contenido de los reportajes, su promedio de opinión, sobre el gusto por el reportaje Mira lo que me encontré, es de 4.

De los niños de 10 a 14 años el 100% no conocen el contenido de los reportajes, su promedio de opinión sobre el gusto por el reportaje D Aventura, es de 4.2.

De los niños de 10 a 14 años el 100% no conocen el contenido de los reportajes, su promedio de opinión sobre el gusto por el reportaje D Curiosos, es de 4.

De los niños de 10 a 14 años el 100% no conocen el contenido de los reportajes, su promedio de opinión sobre el gusto por el reportaje Mira lo que me encontré, es de 4.2.

La edad determina en un 100% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por los reportajes.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje D Aventura, es de 3.7, lo cual está determinado por la edad.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje D Curiosos, es de 3.8, lo cual está determinado por la edad.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje Mira lo que me encontré, es de 3.5, lo cual está determinado por la edad.

La edad determina en un “1.2” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje D Aventura.

La edad determina en un “.4” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje D Curiosos.

La edad determina en un “.2” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje Mira lo que me encontré.

1.2.3.1 Gusto por el contenido de las secciones por edad

Edad		Conocimiento		Opinión	
		Frec.	%	Frec.	Prom.
De 7 a 9 años	SI	1	33.3	1	3
	NO	2	66.6	2	4
	TOTAL	3	100	3	3.5
De 10 a 14 años	SI	3	75	3	3
	NO	1	25	1	5
	TOTAL	4	100	4	4

De los niños de 7 a 9 años el 33.3% sí conocen el contenido de las secciones mientras que el 66.6% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el gusto por las secciones es de 3, mientras los que no lo conocen opinan 4. Es decir, hay una diferencia de opinión de más de “1” entre las que sí conocen con respecto a los que no.

De los niños de 10 a 14 años el 75% sí conocen el contenido de las secciones mientras que el 25% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto por las secciones es de 3, mientras los que no lo conocen opinan 5. Es decir, hay una diferencia de opinión de más de “2” entre las que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 57.1% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las secciones.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a la forma y contenido, en concreto al gusto por las secciones, es de 3.6, lo cual está determinado por la edad.

El género sexual determina en un “5” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las secciones.

1.2.4.1 Gusto por el contenido de las caricaturas por edad

Edad		Conocimiento		Opinión	
		Frec.	%	Frec.	Prom.
De 7 a 9 años	SI	3	100	3	4.3
	NO	0	0	0	0
	TOTAL	3	100	100	4.3
De 10 a 14 años	SI	3	75	3	4.6
	NO	1	25	1	4
	TOTAL	4	100	4	4.3

De los niños de 7 a 9 años el 100 % sí conocen el contenido de las caricaturas. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el gusto por la caricatura “Lilo y Stich”, es de 4.3.

De los niños de 10 a 14 años el 75% sí conocen el contenido de las caricaturas, mientras que el 25% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el gusto por la caricatura “Lilo y Stich”, es de 4.6, mientras los que no conocen opinan 4. Es decir existe una diferencia de opinión de más de “.6” entre los que sí conocen y los que no.

La edad determina en un 85.7% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, en concreto al gusto por la caricatura “Lilo y Stich”.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por la caricatura “Lilo y Stich”, es de 4.2, lo cual está determinado por la edad.

La edad no determina la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por la caricatura “Lilo y Stich”.

POSICIÓN FAMILIAR

1.1.1.1 Conducciones en foro, el gusto por el arreglo por posición familiar

Posición familiar		Conocimiento		Opinión	
		FREC.	%	Frec.	Prom.
Hijo menor	SI	0	0	0	0
	NO	1	100	1	4
	TOTAL	1	100	1	4
Hijo intermedio	SI	0	0	0	0
	NO	1	100	1	2
	TOTAL	1	100	100	2
Hijo Mayor	SI	3	60	3	4
	NO	2	40	1	4
	TOTAL	5	100	4	4

De la posición familiar hijo menor el 100% no conoce la forma del arreglo de las conducciones en foro. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto de cómo arreglan el foro.

De la posición familiar hijo intermedio el 100% no conoce la forma del arreglo de las conducciones en foro. Su promedio de opinión es de 2, sobre el gusto de cómo arreglan el foro.

De la posición familiar hijo mayor el 60% sí conocen la forma de arreglo del foro, mientras que el 40% no. De los que si conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto de cómo arreglan el foro es 4, mientras los que no conocen opinan 4. Es

decir, no existe ninguna diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La posición familiar determina en un 57.1 % el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, en concreto del gusto de cómo arreglan el foro.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto de cómo arreglan el foro es de 3.6, lo cual está determinado por la posición familiar.

La posición familiar determina en un "2" la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto de cómo arreglan el foro.

1.1.2.1 Gusto por la locación de los reportajes por posición familiar

Posición Familiar		Conocimiento		Opinión	
		FREC.	%	Frec.	Prom.
Hijo Menor	SI	0	0	0	0
	NO	1	100	1	4
	TOTAL	1	100	1	4
Hijo intermedio	SI	1	100	1	4
	NO	0	0	0	0
	TOTAL	1	100	1	4
Hijo Mayor	SI	2	40	2	4
	NO	3	60	3	4.6
	TOTAL	5	100	5	4.3

De la posición familiar hijo menor el 100% no conoce el formato de los reportajes. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto de las locaciones de los reportajes.

De la posición familiar hijo intermedio el 100% sí conoce el formato de los reportajes. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto de las locaciones de los reportajes.

De la posición familiar de hijo mayor el 40% sí conocen el formato de los reportajes mientras que el 60% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto de las locaciones de los reportajes, es de 4, mientras los que no lo conocen opinan 4.6. Es decir, existe una diferencia de más de “.6” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La posición familiar determina en un 57.1% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las locaciones de los reportajes.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a la forma y contenido, en concreto al gusto por las locaciones de los reportajes, es de 4.2, lo cual está determinado por la posición familiar.

La posición familiar determina en un “.3” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las locaciones de los reportajes.

1.1.3.1 Claridad de imágenes de sección
por posición familiar

Posición Familiar		Conocimiento		Opinión	
		FREC.	%	Frec.	Prom.
Hijo Menor	SI	0	0	0	0
	NO	1	100	1	4
	TOTAL	1	100	1	4
Hijo intermedio	SI	0	0	0	0
	NO	1	1	1	4
	TOTAL	1	100	1	4
Hijo Mayor	SI	1	20	1	4
	NO	4	80	4	2.5
	TOTAL	5	100	5	3.1

De la posición familiar hijo menor el 100% no conoce el formato de las secciones. Su promedio de opinión es de 4, sobre la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D.

De la posición familiar hijo intermedio el 100% no conoce el formato de las secciones. Su promedio de opinión es de 4, sobre la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D.

De la posición familiar hijo mayor el 20% sí conocen el formato de las secciones, mientras que 80% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la claridad de las imágenes de la sección ilusión D, es de 4, mientras los que no conocen es de 2.5. Es decir, existe una diferencia de opinión de más de "1.5" entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La posición familiar determina en un 85.7% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a la forma y contenido y en concreto a la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D, es de 3.4, lo cual está determinado por la posición familiar.

La posición familiar determina en un “.9” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D.

1.1.4.1 Formato de capítulos de caricaturas por posición familiar

Posición Familiar		Conocimiento		Opinión	
		FREC.	%	Frec.	Prom.
Hijo Menor	SI	0	0	0	0
	NO	1	100	1	4
	TOTAL	1	100	1	4
Hijo intermedio	SI	0	0	0	0
	NO	1	100	1	3
	TOTAL	1	100	1	3
Hijo Mayor	SI	2	40	2	4
	NO	3	60	3	3.33
	TOTAL	5	100	5	3.6

De la posición familiar hijo menor el 100% no conoce el formato de los capítulos de las caricaturas. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto por el número de capítulos.

De la posición familiar hijo intermedio el 100% no conoce el formato de los capítulos de las caricaturas. Su promedio de opinión es de 3 , sobre el gusto por el número de capítulos.

De la posición familiar hijo mayor el 40% sí conocen el formato de los capítulos de las caricaturas, mientras el 60% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto de cómo arreglan el foro es 4, mientras los que no conocen opinan 3.3. Es decir, existe una diferencia de más de “.7” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La posición familiar determina en un 71.4 % el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, en concreto al gusto por el número de capítulos de las caricaturas.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el número de capítulos de las caricaturas, es de 3.7, lo cual está determinado por la posición familiar.

La posición familiar de hijo menor y el hijo intermedio determina en un “.1” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el número de capítulos de las caricaturas.

La posición familiar de hijo intermedio y el hijo mayor determina en un “.3” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el número de capítulos de las caricaturas.

La posición familiar de hijo menor y el hijo mayor determina en un “.7” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el número de capítulos de las caricaturas.

1.2.1.1 Contenido de conducciones en foro por posición familiar

Posición Familiar		Conocimiento		Opinión	
		FREC.	%	Frec.	Prom.
Hijo Menor	SI	0	0	0	0
	NO	1	100	1	3
	TOTAL	1	100	1	3
Hijo intermedio	SI	1	100	1	3
	NO	0	0	0	3
	TOTAL	1	100	1	3
Hijo Mayor	SI	4	80	4	4.2
	NO	1	20	0	0
	TOTAL	5	100	4	4.2

De la posición familiar hijo menor el 100% no conocen el contenido de las conducciones en foro. Su promedio de opinión es de 3, sobre el gusto por las bromas en foro.

De la posición familiar hijo intermedio el 100% sí conocen el contenido de las conducciones en foro. Su promedio de opinión es de 3, sobre el gusto por las bromas en foro.

De la posición familiar hijo mayor el 80% sí conocen contenido de las conducciones en foro, mientras que 20% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto por las bromas en foro, es de 4.2, mientras los que no conocen no opinan.

La posición familiar determina en un 71.4 % el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, en concreto al gusto por las bromas en foro.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las bromas en foro, es de 3.5, lo cual está determinado por la posición familiar.

La posición familiar determina en un "1.2" la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las bromas en foro.

1.2.2.1 Gusto por el contenido de reportajes por posición familiar

Posición familiar	Conocimiento			Opinión		
	FREC.	%		Frec.	Prom.	
Hijo menor	SI	0	0	D AVENTURA	0	0
	NO	1	100		1	4
	TOTAL	1	100		1	4
	SI	0	0	D CURIOSOS	0	0
	NO	1	100		1	4
	TOTAL	1	100		1	4
	SI	0	0	MIRA LO QUE ME ENCONTRÉ	0	0
	NO	1	100		1	4
	TOTAL	1	100		1	4
Hijo Intermedio	SI	0	0	D AVENTURA	0	0
	NO	1	100		1	4
	TOTAL	1	100		1	4
	SI	0	0	D CURIOSOS	0	0
	NO	1	100		1	3
	TOTAL	1	100		1	3
	SI	0	0	MIRA LO QUE ME ENCONTRÉ	0	0
	NO	1	100		1	4
	TOTAL	1	100		1	4

Posición Familiar	Conocimiento			Opinión		
		FREC.	%		Frec.	Prom.
Hijo mayor	SI	0	0	D AVENTURA	0	0
	NO	5	100		5	3.6
	TOTAL	5	100		5	3.6
	SI	0	0	D CURIOSOS	0	0
	NO	5	100		5	4
	TOTAL	5	100		5	4
	SI	0	0	MIRA LO QUE ME ENCONTRÉ	0	0
	NO	5	100		5	4.2
	TOTAL	5	100		5	4.2

De la posición familiar hijo menor el 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto por el reportaje D Aventura.

De la posición familiar hijo menor el 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto por el reportaje D Curiosos.

De la posición familiar hijo menor el 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto por el reportaje Mira lo que me encontré.

De la posición familiar hijo intermedio el 100% no conoce el contenido de los reportajes, Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto por el reportaje D Aventura.

De la posición familiar hijo intermedio el 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opiniones de 3, sobre el gusto por el reportaje D Curiosos.

De la posición familiar hijo intermedio el 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto por el reportaje Mira lo que me encontré.

De la posición familiar hijo mayor el 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opinión es de 3.6, sobre el gusto por el reportaje D Aventura.

De la posición de hijo mayor el 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto por el reportaje D Curiosos.

De la posición de hijo mayor el 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opinión es de 4.2, sobre el gusto por el reportaje Mira lo que me encontré.

La posición familiar determina en un 100% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por los reportajes.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje D Aventura, es de 3.7, lo cual está determinado por la posición familiar.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje D Curiosos, es de 3.8, lo cual está determinado por la edad.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje Mira lo que me encontré, es de 3.5, lo cual está determinado por la edad.

La posición familiar determina en un “.4” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje D Aventura.

La posición familiar determina en un “1” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje D Curiosos.

La posición familiar determina en un “.2” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje Mira lo que me encontré.

1.2.3.1 Gusto por el contenido de las secciones por posición familiar

Posición familiar		Conocimiento		Opinión	
		FREC.	%	Frec.	Prom.
Hijo menor	SI	1	100	1	4
	NO	0	0	0	4
	TOTAL	1	100	1	4
Hijo intermedio	SI	1	100	1	2
	NO	0	0	0	0
	TOTAL	1	100	100	2
Hijo Mayor	SI	2	40	2	3
	NO	3	60	3	4.3
	TOTAL	5	100	5	3.6

De la posición hijo menor el 100% sí conoce el contenido de las secciones. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto por las secciones.

De la posición hijo intermedio el 100% sí conoce el contenido de las secciones. Su promedio de opinión es de 2, sobre el gusto por las secciones.

De la posición hijo mayor el 40% sí conocen el contenido de las secciones mientras que el 60% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto por las secciones, es de 3 mientras los que no lo conocen opinan 4.3. Es decir, hay una diferencia de más de “1.3” entre las que sí conocen con respecto a los que no.

La posición familiar determina en un 57.1% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las secciones.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a la forma y contenido, en concreto al gusto por las secciones, es de 3.6, lo cual está determinado por la posición familiar.

La posición familiar entre el hijo menor y el hijo intermedio determina en un “2” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las secciones.

La posición familiar entre el hijo menor y el hijo mayor determina en un “.4” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las secciones.

La posición familiar entre el hijo intermedio y el hijo mayor determina en un “1.6” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las secciones.

1.2.4.1 Gusto por el contenido de las caricaturas por posición familiar

Posición Familiar		Conocimiento		Opinión	
		FREC.	%	Frec.	Prom.
Hijo Menor	SI	1	100	1	4
	NO	0	0	0	0
	TOTAL	1	100	1	4
Hijo intermedio	SI	0	0	0	0
	NO	1	100	1	4
	TOTAL	1	100	1	4
Hijo Mayor	SI	5	100	5	4.6
	NO	0	0	0	0
	TOTAL	5	100	5	4.6

De la posición familiar hijo menor el 100% sí conoce el contenido de las caricaturas. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto por la caricatura “Lilo y Stich”.

De la posición familiar hijo intermedio el 100% no conoce el contenido de las caricaturas. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto por la caricatura “Lilo y Stich”.

De la posición familiar hijo mayor el 100% sí conoce el contenido de las caricaturas. Su promedio de opinión es de 4.6, sobre el gusto por la caricatura “Lilo y Stich”.

La posición familiar determina en un 85.7% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, en concreto al gusto por la caricatura “Lilo y Stich”.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por la caricatura “Lilo y Stich”, es de 4.2, lo cual está determinado por la posición familiar.

La posición familiar determina en un “.6” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por la caricatura “Lilo y Stich”.

GRADO ESCOLAR

1.1.1.1 Conducciones en foro, el gusto por el arreglo por grado escolar

Grado Escolar		Conocimiento		Opinión	
		FREC.	%	Frec.	Prom.
Segundo de Primaria	SI	0	0	0	0
	NO	1	100	0	0
	TOTAL	1	0	0	0
Cuarto de primaria	SI	1	50	1	4
	NO	1	50	1	4
	TOTAL	2	100	2	4
Quinto de primaria	SI	0	0	0	0
	NO	2	100	2	3
	TOTAL	2	100	2	3
Primero de secundaria	SI	1	100	1	4
	NO	0	0	0	0
	TOTAL	1	100	100	4
Tercero de secundaria	SI	1	100	1	4
	NO	0	0	0	0
	TOTAL	1	100	1	4

Del grado escolar segundo de primaria el 100% no conocen la forma del arreglo de las conducciones en foro. De los que no conocen, no opinan sobre el gusto de cómo arreglan el foro.

El grado escolar cuarto de primaria está dividido en un 50% los que conocen y los que no la forma del arreglo de las conducciones en foro. De los que sí y no conocen el promedio de opinión, es de 4.

Del grado escolar quinto de primaria el 100 % no conoce la forma de arreglo del foro. Su promedio de opinión es de 3, sobre el gusto de cómo arreglan el foro.

Del grado escolar primero de secundaria el 100% sí conoce la forma del arreglo de las conducciones en foro. Su promedio de opinión sobre el gusto de cómo arreglan el foro es de 4.

Del grado escolar tercero de secundaria el 100% sí conoce la forma del arreglo de las conducciones en foro. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto de cómo arreglan el foro.

El grado escolar determina en un 57.1 % el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, en concreto del gusto de cómo arreglan el foro.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto de cómo arreglan el foro, es de 3.6, lo cual está determinado por el grado escolar.

El grado escolar determina en un "1" la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto de cómo arreglan el foro.

1.1.2.1 Gusto por la locación de los reportajes por grado escolar

Grado escolar		Conocimiento		Opinión	
		FREC.	%	Frec.	Prom.
Segundo de primaria	SI	1	100	1	4
	NO	0	0	0	0
	TOTAL	1	100	1	4
Cuarto de primaria	SI	1	50	1	4
	NO	1	50	1	4
	TOTAL	2	100	2	4
Quinto de primaria	SI	1	50	1	4
	NO	1	50	1	4
	TOTAL	2	100	2	4
Primero de secundaria	SI	0	0	0	0
	NO	1	100	1	5
	TOTAL	1	100	1	5
Tercero de secundaria	SI	0	0	0	0
	NO	1	100	1	5
	TOTAL	1	100	1	5

Del grado escolar segundo de primaria el 100% sí conoce el formato de los reportajes. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto de las locaciones de los reportajes.

El grado escolar cuarto de primaria está dividido en un 50% los que conocen y los que no el formato de los reportajes. De los que sí y no conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto de las locaciones de los reportajes, es de 4.

El grado escolar quinto de primaria está dividido en un 50% los que conocen y los que no el formato de los reportajes. De los que sí y no conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto de las locaciones de los reportajes, es de 4.

Del grado escolar primero de secundaria el 100% no conoce el formato de los reportajes. Su promedio de opinión es de 5, sobre el gusto de las locaciones de los reportajes.

Del grado escolar tercero de secundaria el 100% no conoce el formato de los reportajes. Su promedio de opinión es de 5, sobre el gusto de las locaciones de los reportajes.

El grado escolar determina en un 57.1% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las locaciones de los reportajes.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a la forma y contenido, en concreto al gusto por las locaciones de los reportajes, es de 4.2, lo cual está determinado por el grado escolar.

El grado escolar determina en un "1" la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las locaciones de los reportajes.

1.1.3.1 Claridad de imágenes de sección
por grado escolar

Grado escolar		Conocimiento		Opinión	
		FREC.	%	Frec.	Prom.
Segundo de primaria	SI	0	0	0	0
	NO	1	100	1	2
	TOTAL	1	100	1	2
Cuarto de primaria	SI	0	0	0	0
	NO	2	100	2	2
	TOTAL	2	100	2	2
Quinto de primaria	SI	0	0	0	0
	NO	2	100	2	4
	TOTAL	2	100	2	4
Primero de secundaria	SI	0	0	0	0
	NO	1	100	1	3
	TOTAL	1	100	1	3
Tercero de secundaria	SI	1	100	1	4
	NO	0	0	0	0
	TOTAL	1	100	1	4

Del grado escolar segundo de primaria el 100% no conoce el formato de las secciones. Su promedio de opinión es de 2, sobre la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D.

Del grado escolar cuarto de primaria el 100% no conoce el formato de las secciones. Su promedio de opinión es de 2, sobre la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D.

Del grado escolar quinto de primaria el 100% no conoce el formato de las secciones. Su promedio de opinión es de 4, sobre la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D.

Del grado escolar primero de secundaria el 100% no conoce el formato de las secciones. Su promedio de opinión es de 3, sobre la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D.

Del grado escolar tercero de secundaria el 100% sí conoce el formato de las secciones. Su promedio de opinión es de 4, sobre la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D.

El grado escolar determina en un 85.7% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a la forma y contenido y en concreto a la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D, es de 3.4, lo cual está determinado por el grado escolar.

El grado escolar segundo de primaria con quinto de primaria y tercero de secundaria determina la opinión en un "2" la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D.

El grado escolar segundo de primaria con primero de secundaria determina la opinión en un "1" la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D.

El grado escolar cuarto de primaria con segundo de primaria y primero de secundaria determina la opinión en un "1" la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D.

1.1.4.1 Formato de capítulos de caricaturas por grado escolar

Grado escolar		Conocimiento		Opinión	
		FREC.	%	Frec.	Prom.
Segundo de primaria	SI	0	0	0	0
	NO	1	100	1	2
	TOTAL	1	100	1	2
Cuarto de primaria	SI	0	0	0	0
	NO	2	100	2	4
	TOTAL	2	100	2	4
Quinto de primaria	SI	0	0	0	0
	NO	2	100	2	3.5
	TOTAL	2	100	2	3.5
Primero de secundaria	SI	1	100	1	4
	NO	0	0	0	0
	TOTAL	1	100	1	4
Tercero de secundaria	SI	1	100	1	4
	NO	0	0	0	0
	TOTAL	1	100	1	4

Del grado escolar segundo de primaria el 100% no conoce el formato de los capítulos de las caricaturas. Su promedio de opinión es de 2, sobre el gusto por el número de capítulos.

Del grado escolar cuarto de primaria el 100% no conoce el formato de los capítulos de las caricaturas. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto por el número de capítulos.

Del grado escolar quinto de primaria el 100% no conoce el formato de los capítulos de las caricaturas. Su promedio de opinión es de 3.5, sobre el gusto por el número de capítulos.

Del grado escolar primero de secundaria el 100% sí conoce el formato de los capítulos de las caricaturas. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto por el número de capítulos.

Del grado escolar tercero de secundaria el 100% sí conoce el formato de los capítulos de las caricaturas. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto por el número de capítulos.

El grado escolar determina en un 71.4 % el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, en concreto al gusto por el número de capítulos de las caricaturas.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el número de capítulos de las caricaturas, es de 3.7, lo cual está determinado por el grado escolar.

El grado escolar de segundo y cuarto de primaria determina en un “2” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el número de capítulos de las caricaturas.

El grado escolar de segundo y quinto de primaria determina en un “1.5” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el número de capítulos de las caricaturas.

El grado escolar de segundo de primaria con primero y tercero de secundaria determina en un “2” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el número de capítulos de las caricaturas.

El grado escolar de cuarto y quinto de primaria determina en un “.5” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el número de capítulos de las caricaturas.

El grado escolar de quinto de primaria con primero y tercero de secundaria determina en un “.5” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el número de capítulos de las caricaturas.

1.2.1.1 Contenido de conducciones en foro por grado escolar

Grado escolar		Conocimiento		Opinión	
		FREC.	%	Frec.	Prom.
Segundo de primaria	SI	0	0	0	0
	NO	1	100	0	0
	TOTAL	1	100	0	0
Cuarto de primaria	SI	2	100	2	3.5
	NO	0	0	0	0
	TOTAL	2	100	2	3.5
Quinto de primaria	SI	1	50	1	3
	NO	1	50	1	3
	TOTAL	2	100	2	3
Primero de secundaria	SI	1	100	1	5
	NO	0	0	0	0
	TOTAL	1	100	1	5
Tercero de secundaria	SI	1	100	1	5
	NO	0	0	0	0
	TOTAL	1	100	1	5

Del grado escolar segundo de primaria el 100% no conoce el contenido de las conducciones en foro. De los que no conocen, no opinan sobre el gusto por las bromas en foro.

Del grado escolar cuarto de primaria el 100% sí conoce el contenido de las conducciones en foro. Su promedio de opinión es de 3.5, sobre el gusto por las bromas en foro.

Del grado escolar quinto de primaria está dividido en 50% los que sí y los que no conocen el contenido de las conducciones en foro. De los que sí y no conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto por las bromas en foro, es de 3.

Del grado escolar primero de secundaria el 100% sí conoce el contenido de las conducciones en foro. Su promedio de opinión es de 5, sobre el gusto por las bromas en foro.

Del grado escolar tercero secundaria el 100% sí conoce el contenido de las conducciones en foro. Su promedio de opinión es de 5, sobre el gusto por las bromas en foro.

El grado escolar determina en un 71.4 % el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, en concreto al gusto por las bromas en foro.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las bromas en foro, es de 3.5, lo cual está determinado por el grado escolar.

El grado escolar de segundo y cuarto de primaria con quinto de primaria determina en un “.5” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las bromas en foro.

El grado escolar de segundo y cuarto de primaria con primero y tercero de secundaria determina en un “1.5” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las bromas en foro.

El grado escolar quinto de primaria con primero y tercero de secundaria determina en un “2” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las bromas en foro.

1.2.2.1 Gusto por el contenido de reportajes
por grado escolar

Grado escolar	Conocimiento		Opinión		
		Frec.	%	Frec.	Prom.
Segundo de primaria	SI	0	0		
	<hr/>				
	NO	1	100		
	TOTAL	1	100		
				D AVENTURA	
				<hr/>	
					0
					1
					1
					0
				D CURIOSOS	
					3
				3	
				0	
			MIRA LO QUE ME ENCONTRÉ		
				4	
				4	

Grado escolar	Conocimiento		Opinión		
		Frec.	%	Frec.	Prom.
Cuarto de primaria	SI	0	0		
	<hr/>				
	NO	2	100		
	TOTAL	2	100		
				D AVENTURA	
				<hr/>	
					4
					4
					0
				D CURIOSOS	
					4
					4
				0	
			MIRA LO QUE ME ENCONTRÉ		
				4	
				4	

Grado escolar	Conocimiento		Opinión		
		Frec.	%	Frec.	Prom.
Quinto de primaria	SI	0	0		
	<hr/>				
	NO	2	100	D AVENTURA	<hr/>
	TOTAL	2	100		2
	SI	0	0		0
	NO	2	100	D CURIOSOS	<hr/>
	TOTAL	2	100		2
	SI	0	0		0
	NO	2	100	MIRA LO QUE ME ENCONTRÉ	<hr/>
	TOTAL	2	100		2

Grado escolar	Conocimiento		Opinión		
		Frec.	%	Frec.	Prom.
Primero de secundaria	SI	0	0		
	<hr/>				
	NO	1	100	D AVENTURA	<hr/>
	TOTAL	1	100		1
	SI	0	0		0
	NO	1	100	D CURIOSOS	<hr/>
	TOTAL	1	100		1
	SI	0	0		0
	NO	1	100	MIRA LO QUE ME ENCONTRÉ	<hr/>
	TOTAL	1	100		1

Grado escolar	Conocimiento			Opinión		
		FREC.	%		Frec.	Prom.
Tercero de secundaria	SI	0	0	D AVENTURA	0	0
	NO	1	100		1	4
	TOTAL	1	100		1	4
	SI	0	0	D CURIOSOS	0	0
	NO	1	100		1	4
	TOTAL	1	100		1	4
	SI	0	0	MIRA LO QUE ME ENCONTRÉ	0	0
	NO	1	100		1	4
	TOTAL	1	100		1	4

Del grado escolar segundo de primaria el 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opinión es de 1, sobre el gusto por el reportaje D Aventura.

Del grado escolar segundo de primaria el 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opinión es de 3, sobre el gusto por el reportaje D Curiosos.

Del grado escolar segundo de primaria el 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto por el reportaje Mira lo que me encontré.

Del grado escolar cuarto de primaria el 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opinión es de 4 sobre el gusto por el reportaje D Aventura.

Del grado escolar cuarto de primaria el 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto por el reportaje D Curiosos.

Del grado escolar cuarto de primaria el 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto por el reportaje Mira lo que me encontré.

Del grado escolar quinto de primaria el 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto por el reportaje D Aventura.

Del grado escolar quinto de primaria el 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opinión es de 3.5, sobre el gusto por el reportaje D Curiosos.

Del grado escolar quinto de primaria el 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto por el reportaje Mira lo que me encontré.

Del grado escolar primero de secundaria el 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opinión es de 5, sobre el gusto por el reportaje D Aventura.

Del grado escolar primero de secundaria el 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opinión es de 5, sobre el gusto por el reportaje D Curiosos.

Del grado escolar primero de secundaria el 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opinión es de 5, sobre el gusto por el reportaje Mira lo que me encontré.

Del grado escolar tercero de secundaria el 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto por el reportaje D Aventura.

Del grado escolar tercero de secundaria el 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto por el reportaje D Curiosos.

Del grado escolar tercero de secundaria el 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto por el reportaje Mira lo que me encontré.

El grado escolar determina en un 100% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por los reportajes.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje D Aventura, es de 3.7, lo cual está determinado por el grado escolar.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje D Curiosos, es de 3.8, lo cual está determinado por el grado escolar.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje Mira lo que me encontré, es de 3.5, lo cual está determinado por el grado escolar.

El grado escolar cuarto y quinto de primaria y tercero de secundaria con primero de secundaria determina la opinión en un “1” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje D Aventura.

El grado escolar de segundo de primaria con respecto a cuarto de primaria y de tercero de secundaria determina en un “1” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje D Curiosos.

El grado escolar de cuarto de primaria y tercero de secundaria con respecto a cuarto de primaria determina la opinión en un “1” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje D Curiosos.

El grado escolar de segundo de primaria con respecto a primero de secundaria determina la opinión en un “2” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje D Curiosos.

El grado escolar de segundo de primaria con respecto a primero de secundaria determina la opinión en un “2” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje D Curiosos.

El grado escolar de segundo, cuarto, quinto de primaria y tercero de secundaria con respecto a primero de secundaria, determina la opinión en un “1” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje Mira lo que me encontré.

1.2.3.1 Gusto por el contenido de las secciones por grado escolar

Grado escolar		Conocimiento		Opinión	
		FREC.	%	Frec.	Prom.
Segundo de primaria	SI	1	100	1	3
	NO	0	0	0	0
	TOTAL	1	100	1	3
Cuarto de primaria	SI	0	0	0	0
	NO	2	100	2	4
	TOTAL	2	100	2	4
Quinto de primaria	SI	2	100	2	3
	NO	0	0	0	0
	TOTAL	2	100	2	3
Primero de secundaria	SI	0	0	0	0
	NO	1	100	1	5
	TOTAL	1	1	1	5
Tercero de secundaria	SI	1	100	1	3
	NO	0	0	0	0
	TOTAL	1	100	1	3

Del grado escolar segundo de primaria el 100% sí conoce el contenido de las secciones. Su promedio de opinión es de 3, sobre el gusto por las secciones.

Del grado escolar cuarto de primaria el 100% no conoce el contenido de las secciones. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto por las secciones.

Del grado escolar quinto de primaria el 100% sí conoce el contenido de las secciones. Su promedio de opinión es de 3, sobre el gusto por las secciones.

Del grado escolar primero de secundaria el 100% no conoce el contenido de las secciones Su promedio de opinión es de 5, sobre el gusto por las secciones.

Del grado escolar tercero de secundaria el 100% sí conoce el contenido de las secciones. Su promedio de opinión es de 3, sobre el gusto por las secciones.

El grado escolar determina en un 57.1% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las secciones.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a la forma y contenido, en concreto al gusto por las secciones, es de 3.6, lo cual está determinado por el grado escolar.

El grado escolar de cuarto de primaria con respecto a segundo y quinto de primaria determina la opinión en un "1" de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las secciones.

El grado escolar de tercero de secundaria, segundo y quinto de primaria con respecto a primero de secundaria determina en un "2" de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las secciones.

1.2.4.1 Gusto por el contenido de las caricaturas por grado escolar

Grado escolar		Conocimiento		Opinión	
		FREC.	%	Frec.	Prom.
Segundo de primaria	SI	1	100	1	5
	NO	0	0	0	0
	TOTAL	1	100	1	5
Cuarto de primaria	SI	2	100	2	4
	NO	0	0	0	0
	TOTAL	1	100	2	4
Quinto de primaria	SI	1	50	1	4
	NO	1	50	1	4
	TOTAL	2	100	2	4
Primero de secundaria	SI	1	100	1	5
	NO	0	0	0	0
	TOTAL	1	100	1	5
Tercero de secundaria	SI	1	100	1	5
	NO	0	0	0	0
	TOTAL	1	100	1	5

Del grado escolar segundo de primaria el 100% sí conoce el contenido de las caricaturas. Su promedio de opinión es de 5, sobre el gusto por la caricatura “Lilo y Stich”.

Del grado escolar cuarto de primaria el 100% sí conoce el contenido de las caricaturas. Su promedio de opinión es de 4, sobre el gusto por la caricatura “Lilo y Stich”.

Del grado escolar quinto de primaria está dividido en un 50% de los que sí conocen y los que no el contenido de las caricaturas. De los que sí y no conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto por la caricatura “Lilo y Stich”, es de 4.

Del grado escolar primero de secundaria el 100% sí conoce el contenido de las caricaturas. Su promedio de opinión es de 5, sobre el gusto por la caricatura “Lilo y Stich”.

Del grado escolar tercero de secundaria el 100% sí conoce el contenido de las caricaturas. Su promedio de opinión es de 5, sobre el gusto por la caricatura “Lilo y Stich”.

El grado escolar determina en un 85.7% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, en concreto al gusto por la caricatura “Lilo y Stich”.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por la caricatura “Lilo y Stich”, es de 4.2, lo cual está determinado por el grado escolar.

El grado escolar determina en un “1” la opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por la caricatura “Lilo y Stich”.

LUGAR DE RESIDENCIA

1.1.1.1 Conducciones en foro, el gusto por el arreglo por lugar residencia

DF.	Conocimiento		Opinión	
	Frec.	%	Frec.	Prom.
SI	3	42.9	3	4
NO	4	57.1	3	3.3
TOTAL	7	100	6	3.6

Del DF. el 42.9% sí conoce la forma del arreglo de las conducciones en foro. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el gusto de cómo arreglan el foro es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.3. Es decir hay una diferencia de más de “.7” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El DF. determina en un 57.1 % el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, en concreto al gusto de cómo arreglan el foro.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto de cómo arreglan el foro es de 3.6, lo cual está determinado por la residencia en el DF.

1.1.2.1 Gusto por la locación de los reportajes por lugar de residencia

DF	Conocimiento		Opinión	
	Frec.	%	Frec.	Prom.
SI	3	42.9	3	4
NO	4	57.1	4	4.5
TOTAL	7	100	7	4.2

Del DF. el 45.9% sí conocen el formato de los reportajes mientras que el 57.1% no. De las que sí conocen el promedio de opinión, sobre el gusto de las locaciones de los reportajes es de 4, mientras las que no lo conocen opinan 4.5. Es decir, hay una diferencia de más de “.5” entre las que sí conocen con respecto a los que no.

El DF. determina en un 57.1 % el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, en concreto al gusto por las locaciones de los reportajes.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las locaciones de los reportajes es de 4.2, lo cual está determinado por la residencia en el DF.

1.1.3.1 Claridad de imágenes de sección por lugar de residencia

DF	Conocimiento		Opinión	
	Frec.	%	Frec.	Prom.
SI	1	14.3	1	4
NO	6	85.7	6	2.8
TOTAL	7	100	7	3.4

Del DF. el 14.3 % sí conocen el formato de las secciones mientras que el 85.7% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D es de 4, mientras las que no lo conocen opinan 2.8. Es decir, hay una diferencia de más de “1.2” entre las que sí conocen con respecto a los que no

El DF. determina en un 85.7% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, en concreto a la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a la claridad de las imágenes de la sección Ilusión D es de 3.4, lo cual está determinado por la residencia en el DF.

1.1.4.1 Formato de capítulos de caricaturas por lugar de residencia

DF	Conocimiento		Opinión	
	Frec.	%	Frec.	Prom.
SI	2	28.6	2	4
NO	5	71.4	5	3.4
TOTAL	7	100	7	3.7

Del DF. 28.6 % sí conocen el formato de los capítulos de las caricaturas mientras que el 71.4% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre el gusto por el número de capítulos de las caricaturas es de 4, mientras las que no lo conocen opinan 3.4. Es decir, hay una diferencia de más de “.6” entre las que sí conocen con respecto a los que no.

El DF. determina en un 71.4 % el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, en concreto al gusto por el número de capítulos de las caricaturas.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el número de capítulos de las caricaturas es de 3.7, lo cual está determinado por la residencia en el DF.

1.2.1.1 Contenido de conducciones en foro por lugar de residencia

DF	Conocimiento		Opinión	
	Frec.	%	Frec.	Prom.
SI	5	71.4	5	4
NO	2	28.6	1	3
TOTAL	7	100	6	3.5

Del DF. el 71.4% sí conocen el contenido de las conducciones en foro mientras que el 28.6% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre el gusto por las bromas en foro es de 4, mientras las que no lo conocen opinan 3. Es decir, hay una diferencia de más de “1” entre las que sí conocen con respecto a los que no.

El DF. determina en un 71.4% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, en concreto al gusto por las bromas en foro.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las bromas en foro es de 3.5, lo cual está determinado por la residencia en el DF

1.2.1.1 Gusto por el contenido de reportajes
por lugar residencia

DF	Conocimiento		Opinión		
	Frec.	%	Frec.	Prom.	
SI	0	0	0	0	
NO	7	100	D AVENTURA	7	3.7
			D CURIOSOS	7	3.8
			MIRA LO QUE	7	
			ME	7	3.5
TOTAL	7	100	ENCONTRÉ	7	

Del DF. 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opinión es de 3.7 sobre el gusto por el reportaje D Aventura.

Del DF. el 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opinión es de 3.8 , sobre el gusto por el reportaje D Curiosos.

Del DF. el 100% no conoce el contenido de los reportajes. Su promedio de opinión es de 3.5, sobre el gusto por el reportaje Mira lo que me encontré.

El DF. determina en un 100% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por los reportajes.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje D Aventura, es de 3.7, lo cual está determinado por la residencia del DF.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje D Curiosos es de 3.8, lo cual está determinado por la residencia del DF..

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por el reportaje Mira lo que me encontré es de 3.5, lo cual está determinado por la residencia del DF.

1.2.3.1 Gusto por el contenido de las secciones por lugar de residencia

	Conocimiento		Opinión	
	Frec.	%	Frec.	Prom.
SI	4	57.1	4	3
NO	3	42.9	3	4.3
TOTAL	7	100	7	3.6

Del DF. el 57.1% sí conocen el contenido de las secciones mientras que el 42.9% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto por las secciones es de 3, mientras los que no lo conocen opinan 4.3. Es decir, hay una diferencia de más de “1.3” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El DF. determina en un 57.1% el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por las secciones.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a la forma y contenido, en concreto al gusto por las secciones, es de 3.6, lo cual está determinado por la residencia en el DF.

1.2.4.1 Gusto por el contenido de las caricaturas por lugar de residencia

	Conocimiento		Opinión	
	Frec.	%	Frec.	Prom.
SI	6	85.7	6	4.5
NO	1	14.3	1	4
TOTAL	7	100	7	4.2

Del DF. 85.7 % sí conocen el contenido de las caricaturas mientras que el 14.3% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión, sobre el gusto por la caricatura “Lilo y Stich” es de 4.5, mientras las que no lo conocen opinan 4. Es decir, hay una diferencia de más de “.5” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El DF. determina en un 85.7 % el conocimiento de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto a forma y contenido, en concreto al gusto por la caricatura “Lilo y Stich”.

La opinión de la audiencia infantil del programa Disney Club de TV Azteca respecto al gusto por la caricatura “Lilo y Stich”, es de 4.2, lo cual está determinado por la residencia del DF.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	
1	BASE DE DATOS DE LA AUDIENCIA INFANTIL DEL PROGRAMA DISNEY CLUB DE TV AZTECA						REACTIVOS							
2	SUJETOS	SEXO	RANGO DE EDAD	POSICIÓN FAMILIAR	GRADO ESCOLAR	LUGAR DE RESIDENCIA	6				14			
3							A	B	C	D		1	2	3
4	1	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MAYOR	2DO PRIMARIA	DF.	0	0	1	0		0	0	0
5	2	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MAYOR	3RO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0		0	0	0
6	3	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0		0	0	1
7	4	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	1RO DE SECUNDARIA	EDO DE MEX	1	0	0	0		0	0	0
8	5	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO MENOR	3RO DE PRIMARIA	DF.	0	1	0	0		0	0	0
9	6	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	1RO DE SECUNDARIA	DF.	0	0	1	0		0	0	0
10	7	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MENOR	1RO DE SECUNDARIA	DF.	0	1	0	0		0	0	0
11	8	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO ÚNICO	3RO DE PRIMARIA	DF.	0	0	1	0		0	0	0
12	9	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO ÚNICO	6TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0		0	0	0
13	10	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA INTERMEDIO	2DO DE SECUNDARIA	DF.	0	1	0	0		0	0	0
14	11	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MENOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0		0	0	0
15	12	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MENOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0		0	0	1
16	13	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA INTERMEDIO	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0		0	0	0
17	14	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MENOR	6TO DE PRIMARIA	DF.	0	1	0	0		0	0	0
18	15	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0		0	0	0
19	16	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA INTERMEDIO	3RO DE SECUNDARIA	DF.	1	0	0	0		0	0	0
20	17	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO INTERMEDIO	2DO DE SECUNDARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0		0	0	0
21	18	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	5TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0		0	0	0
22	19	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0		0	1	0
23	20	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0		0	0	0
24	21	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	6TO DE PRIMARIA	DF.	0	0	1	0		0	0	0
25	22	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR	4TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0		0	0	0
26	23	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	6TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0		0	0	0
27	24	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	2DO DE SECUNDARIA	EDO DE MEX	1	0	0	0		0	0	1
28	25	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO MAYOR	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0		0	0	0
29	26	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR	3RO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0		0	0	0
30	27	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	5TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0		0	0	0
31	28	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO ÚNICO	4TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	1	0	0	0		0	0	0
32	29	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	6TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0		0	0	0
33	30	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO MENOR	3RO DE PRIMARIA	DF.	0	1	0	0		0	0	0
34	31	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	0	1	0	0		0	0	0
35	32	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MAYOR	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0		0	0	0
36	33	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	3RO DE SECUNDARIA	DF.	1	0	0	0		0	0	0
37						TOTAL	17	12	4	0		0	1	3
38						PORCENTAJE	51.52	36.36	12.12	0.00		0.00	3.03	9.09

	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	
1				REACTIVOS																						
2				7					15						8				16							
3	4	5		A	B	C	D	E	1	2	3	4	5		A	B	C	D	1	2	3	4	5		A	
4	1	0		1	0	0	0	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	1	0	0	0	0		0
5	1	0		0	1	0	0	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	1	0	0	0	0		1
6	0	0		0	1	0	0	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	0	1	0	0	0		0
7	1	0		0	0	1	0	0	0	0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	0	1	0	0		0
8	1	0		0	1	0	0	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0	0		0
9	1	0		0	0	1	0	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	0	1	0	0	0		0
10	1	0		0	0	1	0	0	0	0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	0	1	0	0		1
11	1	0		0	0	0	0	1	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	0	1	0	0	0		0
12	1	0		0	0	0	1	0	0	0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	0	1	0	0		1
13	1	0		1	0	0	0	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0	0		0
14	1	0		0	0	1	0	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0	0		1
15	0	0		0	0	0	1	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	1	0	0	0		0
16	1	0		0	0	0	1	0	0	0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	1	0	0	0		0
17	1	0		0	0	0	1	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0	0		0
18	1	0		0	0	1	0	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0	0		0
19	1	0		0	0	0	1	0	0	0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	0	1	0	0		1
20	1	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0	0		1
21	1	0		1	0	0	0	0	0	0	0	0	1		0	1	0	0	0	1	0	0	0	0		0
22	0	0		0	0	1	0	0	0	0	0	0	1		0	1	0	0	0	1	0	0	0	0		0
23	1	0		0	0	0	1	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	1	0	0	0	0	0		0
24	1	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0	0		1
25	1	0		0	1	0	0	0	0	0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	1	0	0	0		0
26	1	0		1	0	0	0	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0	0		0
27	0	0		0	0	1	0	0	0	0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	1	0	0	0		1
28	1	0		0	0	1	0	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0	0		0
29	1	0		0	0	1	0	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	0	1	0	0	0		1
30	1	0		0	0	1	0	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0	0		0
31	1	0		1	0	0	0	0	0	0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	0	1	0	0		0
32	1	0		0	0	0	1	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0	0		0
33	1	0		0	0	1	0	0	0	0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	1	0	0	0		1
34	1	0		0	0	0	1	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	0	1	0	0	0		1
35	1	0		0	0	0	0	1	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	1	0	0	0		1
36	1	0		0	1	0	0	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0	0		0
37	29	0		6	6	11	8	2	0	0	3	28	2		5	19	9	0	1	4	11	17	0			12
38	87.88	0.00		18.18	18.18	33.33	24.24	6.06	0.00	0.00	9.09	84.85	6.06		15.15	57.58	27.27	0.00	3.03	12.12	33.33	51.52	0.00			36.36

	AM	AN	AO	AP	AQ	AR	AS	AT	AU	AV	AW	AX	AY	AZ	BA	BB	BC	BD	BE	BF	BG	BH	BI	BJ	BK
1																									
2	9			17					10				18					11							
3	B	C	D	1	2	3	4	5		A	B	C	D	1	2	3	4	5		A	B	C	D	1	2
4	0	1	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0		0	0	0	1	0	0
5	0	0	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	1
6	0	1	0	0	1	0	0	0		0	0	1	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0
7	0	1	0	0	0	1	0	0		0	0	1	0	0	0	0	1	0		0	0	1	0	0	0
8	0	1	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	1	0	0		1	0	0	0	0	0
9	0	1	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	1	0	0		1	0	0	0	0	0
10	0	0	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0		0	0	1	0	0	0
11	0	1	0	0	0	1	0	0		1	0	0	0	0	0	1	0	0		0	0	1	0	0	0
12	0	0	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	0
13	0	1	0	0	0	1	0	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0
14	0	0	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0
15	0	1	0	0	0	1	0	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	0
16	0	1	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0		0	0	1	0	0	0
17	0	1	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	0
18	0	1	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	0	1	0	0		0	0	1	0	0	0
19	0	0	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0
20	0	0	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	0
21	0	1	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	1	0	0		0	0	1	0	0	0
22	0	1	0	0	0	1	0	0		0	0	1	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	0
23	1	0	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0		0	0	1	0	0	0
24	0	0	0	0	0	1	0	0		0	0	1	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0
25	0	1	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0
26	0	1	0	0	0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	0	1	0		0	0	1	0	0	0
27	0	0	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0
28	0	1	0	0	0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0
29	0	0	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0		0	0	1	0	0	1
30	0	1	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0
31	0	1	0	0	0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0
32	0	1	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0
33	0	0	0	0	0	1	0	0		0	0	1	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0
34	0	0	0	0	0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0
35	0	0	0	0	0	1	0	0		0	0	1	0	0	0	0	1	0		0	0	1	0	0	0
36	0	1	0	0	0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0
37	1	20	0	0	1	18	14	0		7	15	11	0	0	0	8	25	0		13	9	10	1	0	2
38	3.03	60.61	0.00	0.00	3.03	54.55	42.42	0.00		21.21	45.45	33.33	0.00	0.00	0.00	24.24	75.76	0.00		39.39	27.27	30.30	3.03	0.00	6.06

	BL	BM	BN	BO	BP	BQ	BR	BS	BT	BU	BV	BW	BX	BY	BZ	CA	CB	CC	CD	CE	CF	CG	CH
1	REACTIVOS																						
2	19			20					21					12				22					
3	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	
4	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
5	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
6	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
7	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
8	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
9	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
10	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
11	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
12	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
13	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
14	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
15	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
16	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
17	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
18	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
19	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
20	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
21	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
22	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
23	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
24	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
25	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
26	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
27	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
28	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
29	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
30	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
31	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
32	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
33	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
34	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
35	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
36	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
37	4	24	3	1	0	5	26	1	0	4	7	20	2	15	2	16	0	0	0	0	3	28	2
38	12.12	72.73	9.09	3.03	0.00	15.15	78.79	3.03	0.00	12.12	21.21	60.61	6.06	45.45	6.06	48.48	0.00	0.00	0.00	9.09	84.85	6.06	

	CI	CJ	CK	CL	CM	CN	CO	CP	CQ	CR
1										
2	13					23				
3	A	B	C	D	1	2	3	4	5	
4	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
5	0	0	1	0	0	0	0	0	1	
6	1	0	0	0	0	0	1	0	0	
7	1	0	0	0	0	0	0	0	1	
8	0	0	1	0	0	0	0	1	0	
9	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
10	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
11	0	0	1	0	0	0	0	0	1	
12	1	0	0	0	0	0	0	0	1	
13	1	0	0	0	0	1	0	0	0	
14	1	0	0	0	0	0	0	0	1	
15	0	1	0	0	0	0	1	0	0	
16	1	0	0	0	0	0	0	0	1	
17	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
18	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
19	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
20	0	0	0	1	0	0	0	1	0	
21	0	0	1	0	0	0	0	0	1	
22	1	0	0	0	0	1	0	0	0	
23	1	0	0	0	0	0	0	0	1	
24	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
25	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
26	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
27	1	0	0	0	0	0	0	0	1	
28	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
29	1	0	0	0	0	0	0	0	1	
30	1	0	0	0	0	0	0	0	1	
31	1	0	0	0	0	0	0	0	1	
32	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
33	1	0	0	0	0	0	0	0	1	
34	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
35	1	0	0	0	0	0	0	0	1	
36	1	0	0	0	0	0	1	0	0	
37	27	1	4	1	0	2	3	14	14	
38	81.82	3.03	12.12	3.03	0.00	6.06	9.09	42.42	42.42	

BASE DE DATOS DE LA AUDIENCIA INFANTIL DEL PROGRAMA DISNEY CLUB DE TV AZTECA, POR GÉNERO SEXUAL FEMENINO

SUJETOS	SEXO	RANGO DE EDAD	POSICIÓN FAMILIAR	GRADO ESCOLAR	LUGAR DE RESIDENCIA	6				14				
						A	B	C	D	1	2	3	4	5
1	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MAYOR	2DO PRIMARIA	DF.	0	0	1	0	0	0	0	1	0
2	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MAYOR	3RO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	0	1	0
3	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	1	0	0
4	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	1RO DE SECUNDARIA	EDO DE MEX	1	0	0	0	0	0	0	1	0
5	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	1RO DE SECUNDARIA	DF.	0	0	1	0	0	0	0	1	0
6	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MENOR	1RO DE SECUNDARIA	DF.	0	1	0	0	0	0	0	1	0
7	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA INTERMEDIO	2DO DE SECUNDARIA	DF.	0	1	0	0	0	0	0	1	0
8	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MENOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	1	0	0
9	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA INTERMEDIO	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	0	1	0
10	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	0	1	0
11	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA INTERMEDIO	3RO DE SECUNDARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	0	1	0
12	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	1	0	0	0
13	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	0	1	0
14	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR	4TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0	0	0	1	0
15	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	6TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	0	1	0
16	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	2DO DE SECUNDARIA	EDO DE MEX	1	0	0	0	0	0	1	0	0
17	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR	3RO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0	0	0	1	0
18	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	5TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0	0	0	1	0
19	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MAYOR	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	0	1	0
TOTAL						12	5	2	0	0	1	3	15	0
PORCENTAJE						63.16	26.32	10.53	0.00	0.00	5.26	15.79	78.95	0.00

21					12					22					13					23				
2	3	4	5		A	B	C	D	1	2	3	4	5		A	B	C	D	1	2	3	4	5	
0	0	1	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0		
1	0	0	0		0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1		
0	1	0	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0		
0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1		
0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0		
0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0		
0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0		
0	1	0	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0		
0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1		
0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0		
0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0		
1	0	0	0		0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0		
0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1		
0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1		
0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1		
0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1		
0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1		
2	5	12	0		9	2	8	0	0	0	0	16	1	17	1	1	0	0	2	2	7	8		
10.53	26.32	63.16	0.00		47.37	10.53	42.11	0.00	0.00	0.00	10.53	84.21	5.26	89.47	5.26	5.26	0.00	0.00	10.53	10.53	36.84	42.11		

BASE DE DATOS DE LA AUDIENCIA INFANTIL DEL PROGRAMA DISNEY CLUB DE TV AZTECA, POR GÉNERO SEXUAL MASCULINO

SUJETOS	SEXO	RANGO DE EDAD	POSICIÓN FAMILIAR	GRADO ESCOLAR	LUGAR DE RESIDENCIA										
						A	B	C	D	1	2	3	4	5	
1	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO MENOR	3RO DE SECUNDARIA	DF.	0	1	0	0	0	0	0	1	0	
2	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO ÚNICO	3RO DE PRIMARIA	DF.	0	0	1	0	0	0	0	1	0	
3	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO ÚNICO	6TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
4	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MENOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
5	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MENOR	6TO DE PRIMARIA	DF.	0	1	0	0	0	0	0	1	0	
6	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO INTERMEDIO	2DO DE SECUNDARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0	0	0	1	0	
7	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	5TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0	0	0	1	0	
8	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	6TO DE PRIMARIA	DF.	0	0	1	0	0	0	0	1	0	
9	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO MAYOR	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
10	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO ÚNICO	4TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
11	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	6TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0	0	0	1	0	
12	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO MENOR	3RO DE PRIMARIA	DF.	0	1	0	0	0	0	0	1	0	
13	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	0	1	0	0	0	0	0	1	0	
14	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	3RO DE SECUNDARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
TOTAL						5	7	2	0	0	0	0	14	0	
PORCENTAJE						35.71	50.00	14.29	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	

REACTIVOS

		10					18					11					19					20				
4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	0	3	5	6	0	0	0	5	9	0	7	5	2	0	0	0	0	3	9	2	1	0	2	10	1	0
57.14	0.00	21.43	35.71	42.86	0.00	0.00	0.00	35.71	64.29	0.00	50.00	35.71	14.29	0.00	0.00	0.00	0.00	21.43	64.29	14.29	7.14	0.00	14.29	71.43	7.14	0.00

21					12					22					13					23				
2	3	4	5		A	B	C	D	1	2	3	4	5		A	B	C	D	1	2	3	4	5	
0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	1	0			
0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	0	1			
0	0	0	1		1	0	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	1			
1	0	0	0		1	0	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	0	1		
0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0		
1	0	0	0		0	0	1	0	0	1	0	0		0	0	0	1	0	0	0	1	0		
0	1	0	0		0	0	1	0	0	0	0	1		0	0	1	0	0	0	0	1	0		
0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0		
0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0		
0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	0	1		
0	1	0	0		0	0	1	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0		
0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0		
0	0	0	1		0	0	1	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0		
0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0		
0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0		
2	2	8	2		6	0	8	0	0	0	12	1		10	0	3	1	0	0	1	7	6		
14.29	14.29	57.14	14.29		42.86	0.00	57.14	0.00	0.00	0.00	7.14	85.71	7.14	71.43	0.00	21.43	7.14	0.00	0.00	7.14	50.00	42.86		

BASE DE DATOS DE LA AUDIENCIA INFANTIL DEL PROGRAMA DISNEY CLUB DE TV AZTECA, POR RANGO DE EDAD DE 7 A 9 AÑOS

SUJETOS	SEXO	RANGO DE EDAD	POSICIÓN FAMILIAR	GRADO ESCOLAR	LUGAR DE RESIDENCIA	6						
						A	B	C	D	1	2	3
1	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MAYOR	2DO PRIMARIA	DF.	0	0	1	0	0	0	0
2	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MAYOR	3RO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	0
3	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO MENOR	3RO DE SECUNDARIA	DF.	0	1	0	0	0	0	0
4	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO ÚNICO	3RO DE PRIMARIA	DF.	0	0	1	0	0	0	0
5	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA INTERMEDIO	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	0
6	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	0
7	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	0
8	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR	4TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0	0	0
9	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO MAYOR	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	0
10	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR	3RO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0	0	0
11	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO ÚNICO	4TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	1	0	0	0	0	0	0
12	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO MENOR	3RO DE PRIMARIA	DF.	0	1	0	0	0	0	0
13	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MAYOR	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	0
TOTAL						7	4	2	0	0	0	0
PORCENTAJE						53.85	30.77	15.38	0.00	0.00	0.00	0.00

4		5	7					15					8				16				
			A	B	C	D	E	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5
1	0		1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
1	0		0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
1	0		0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
1	0		0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
1	0		0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
1	0		0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
1	0		0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
1	0		0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
1	0		0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
1	0		1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
1	0		0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
1	0		0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
1	0		0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
13	0		2	3	4	2	2	0	0	1	12	0	2	7	4	0	1	2	6	4	0
100.00	0.00		15.38	23.08	30.77	15.38	15.38	0.00	0.00	7.69	92.31	0.00	15.38	53.85	30.77	0.00	7.69	15.38	46.15	30.77	0.00

9										17										10										18										11					
A	B	C	D	1	2	3	4	5		A	B	C	D	1	2	3	4	5		A	B	C	D	1	2	3	4	5		A	B	C	D	1											
0	0	1	0	0	0	0	1	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0	1	0	
1	0	0	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	0	0	0		1	0	0	0	0	0	0	0	0		0	1	0	0	0											
0	0	1	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	0	0	0		1	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	1	0	0											
0	0	1	0	0	0	1	0	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0		1	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	1	0	0											
0	0	1	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	0	0	0		0	1	0	0	0	0	0	0	0		0	0	1	0	0											
0	1	0	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	0	0	0		0	0	1	0	0	0	0	0	0		0	0	1	0	0											
0	0	1	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	0	0	0		0	0	1	0	0	0	0	0	0		0	0	1	0	0											
0	0	1	0	0	0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	0	0	0		0	0	0	1	0	0	0	0	0		0	0	0	1	0											
1	0	0	0	0	0	1	0	0		0	0	1	0	0	0	0	0	0		0	0	1	0	0	0	0	0	0		0	0	0	1	0											
1	0	0	0	0	0	1	0	0		0	0	1	0	0	0	0	0	0		0	0	1	0	0	0	0	0	0		0	0	0	1	0											
4	1	8	0	0	0	8	5	0		2	7	4	0	0	0	5	8	0		3	3	6	1	0																					
30.77	7.69	61.54	0.00	0.00	0.00	61.54	38.46	0.00		15.38	53.85	30.77	0.00	0.00	0.00	38.46	61.54	0.00		23.08	23.08	46.15	7.69	0.00																					

19				20				21				12				22						
2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5
0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1
1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
2	2	9	0	1	0	2	10	0	0	1	1	11	0	3	2	8	0	0	0	0	12	1
15.38	15.38	69.23	0.00	7.69	0.00	15.38	76.92	0.00	0.00	7.69	7.69	84.62	0.00	23.08	15.38	61.54	0.00	0.00	0.00	0.00	92.31	7.69

	13				23				
A	B	C	D	1	2	3	4	5	
1	0	0	0	0	0	0	1	0	
0	0	1	0	0	0	0	0	1	
0	0	1	0	0	0	0	1	0	
0	0	1	0	0	0	0	0	1	
1	0	0	0	0	0	0	0	1	
1	0	0	0	0	0	0	1	0	
1	0	0	0	0	0	0	0	1	
1	0	0	0	0	0	0	1	0	
1	0	0	0	0	0	0	1	0	
1	0	0	0	0	0	0	0	1	
1	0	0	0	0	0	0	0	1	
1	0	0	0	0	0	0	0	1	
10	0	3	0	0	0	0	5	8	
76.92	0.00	23.08	0.00	0.00	0.00	0.00	38.46	61.54	

BASE DE DATOS DE LA AUDIENCIA INFANTIL DEL PROGRAMA DISNEY CLUB DE TV AZTECA, POR RANGO DE EDAD DE 10 A 14 AÑOS

SUJETOS	SEXO	RANGO DE EDAD	POSICIÓN FAMILIAR	GRADO ESCOLAR	LUGAR DE RESIDENCIA	6						
						A	B	C	D	1	2	14
1	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	1
2	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	1RO DE SECUNDARIA	EDO DE MEX	1	0	0	0	0	0	0
3	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	1RO DE SECUNDARIA	DF.	0	0	1	0	0	0	0
4	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MENOR	1RO DE SECUNDARIA	DF.	0	1	0	0	0	0	0
5	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO ÚNICO	6TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	0
6	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA INTERMEDIO	2DO DE SECUNDARIA	DF.	0	1	0	0	0	0	0
7	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MENOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	0
8	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MENOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	1
9	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MENOR	6TO DE PRIMARIA	DF.	0	1	0	0	0	0	0
10	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA INTERMEDIO	3RO DE SECUNDARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	0
11	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO INTERMEDIO	2DO DE SECUNDARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0	0	0
12	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	5TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0	0	0
13	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	1	0
14	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	6TO DE PRIMARIA	DF.	0	0	1	0	0	0	0
15	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	6TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	0
16	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	2DO DE SECUNDARIA	EDO DE MEX	1	0	0	0	0	0	1
17	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	5TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0	0	0
18	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	6TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0	0	0
19	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	0	1	0	0	0	0	0
20	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	3RO DE SECUNDARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	0
TOTAL						10	8	2	0	0	1	3
PORCENTAJE						50.00	40.00	10.00	0.00	0.00	5.00	15.00

	13				23				
A	B	C	D	1	2	3	4	5	
1	0	0	0	0	0	1	0	0	
1	0	0	0	0	0	0	0	1	
1	0	0	0	0	0	0	1	0	
1	0	0	0	0	0	0	1	0	
1	0	0	0	0	0	0	0	1	
1	0	0	0	0	1	0	0	0	
1	0	0	0	0	0	0	0	1	
0	1	0	0	0	0	1	0	0	
1	0	0	0	0	0	0	1	0	
1	0	0	0	0	0	0	1	0	
0	0	0	1	0	0	0	1	0	
0	0	1	0	0	0	0	0	1	
1	0	0	0	0	1	0	0	0	
1	0	0	0	0	0	0	1	0	
1	0	0	0	0	0	0	1	0	
1	0	0	0	0	0	0	0	1	
1	0	0	0	0	0	0	0	1	
1	0	0	0	0	0	0	1	0	
1	0	0	0	1	0	0	1	0	
1	0	0	0	0	0	1	0	0	
17	1	1	1	1	2	3	9	6	
85.00	5.00	5.00	5.00	5.00	10.00	15.00	45.00	30.00	

**BASE DE DATOS DE LA AUDIENCIA INFANTIL DEL PROGRAMA DISNEY CLUB DE TV A
MAYOR**

# DE ENCUESTADO	SUJETOS	SEXO	RANGO DE EDAD	POSICIÓN FAMILIAR
1	1	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MAYOR
2	2	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MAYOR
3	3	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR
4	4	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR
6	5	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR
18	6	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR
19	7	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR
21	8	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR
23	9	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR
24	10	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR
25	11	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO MAYOR
27	12	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR
29	13	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR
31	14	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR
32	15	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MAYOR
33	16	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR

**BASE DE DATOS DE LA AUDIENCIA INFANTIL DEL PROGRAMA DISNEY CLUB DE TV A
INTERMEDIO**

# DE ENCUESTADO	SUJETOS	SEXO	RANGO DE EDAD	POSICIÓN FAMILIAR
10	1	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA INTERMEDIO
13	2	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA INTERMEDIO
16	3	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA INTERMEDIO
17	4	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO INTERMEDIO

**BASE DE DATOS DE LA AUDIENCIA INFANTIL DEL PROGRAMA DISNEY CLUB DE TV A
MENOR**

# DE ENCUESTADO	SUJETOS	SEXO	RANGO DE EDAD	POSICIÓN FAMILIAR
5	1	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO MENOR
7	2	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MENOR
11	3	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MENOR
12	4	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MENOR
14	5	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MENOR
15	6	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR

20	7 FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR
22	8 FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR
26	9 FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR
30	10 MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO MENOR

**BASE DE DATOS DE LA AUDIENCIA INFANTIL DEL PROGRAMA DISNEY CLUB DE TV A
ÚNICO**

DE ENCUESTADO SUJETOS SEXO RANGO DE EDAD POSICIÓN FAMILIAR

8	1 MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO ÚNICO
9	2 MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO ÚNICO
28	3 MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO ÚNICO

2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	0	1	0
4TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0	0	0	1	0
3RO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0	0	0	1	0
3RO DE PRIMARIA	DF.	0	1	0	0	0	0	0	1	0
TOTAL		4	6	0	0	0	0	0	1	9
PORCENTAJE		40.00	60.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	10.00	90.00

ZTECA, POR POSICIÓN FAMILIAR HIJO

GRADO ESCOLAR	LUGAR DE RESIDENCIA	6				14				
		A	B	C	D	1	2	3	4	5
3RO DE PRIMARIA	DF.	0	0	1	0	0	0	0	1	0
6TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	0	1	0
4TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	1	0	0	0	0	0	0	1	0
TOTAL		2	0	1	0	0	0	0	3	0
PORCENTAJE		66.67	0.00	33.33	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00

7						15					8				
A	B	C	D	E	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	
1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	
0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	
1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
3	4	6	2	1	0	0	1	13	2	2	12	2	0	0	
18.75	25.00	37.50	12.50	6.25	0.00	0.00	6.25	81.25	12.50	12.50	75.00	12.50	0.00	0.00	

7						15					8				
A	B	C	D	E	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	
1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	
1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	
2	0	0	2	0	0	0	1	3	0	0	2	2	0	0	
50.00	0.00	0.00	50.00	0.00	0.00	0.00	25.00	75.00	0.00	0.00	50.00	50.00	0.00	0.00	

7						15					8				
A	B	C	D	E	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	
0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	

0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1
0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
0	2	5	3	0	0	0	1	9	0	3	4	3	0	1
0.00	20.00	50.00	30.00	0.00	0.00	0.00	10.00	90.00	0.00	30.00	40.00	30.00	0.00	10.00

7					15					8				
A	B	C	D	E	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1
0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
1	0	0	1	1	0	0	0	3	0	0	1	2	0	0
33.33	0.00	0.00	33.33	33.33	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	33.33	66.67	0.00	0.00

16					9				17					10	
2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	A	B	
1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	
1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	
0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	
0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	
0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	
1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	
1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	
0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	
0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	
0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	
0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	
0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	
0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	
0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	
0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	
0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	
0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	
4	5	7	0	5	0	11	0	0	1	9	6	0	0	7	
25.00	31.25	43.75	0.00	31.25	0.00	68.75	0.00	0.00	6.25	56.25	37.50	0.00	0.00	43.75	

16					9				17					10	
2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	A	B	
0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	
0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	
0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	
0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	
0	1	3	0	2	0	2	0	0	0	1	3	0	4	0	
0.00	25.00	75.00	0.00	50.00	0.00	50.00	0.00	0.00	0.00	25.00	75.00	0.00	100.00	0.00	

16					9				17					10	
2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	A	B	
0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	
0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	
0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	
0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	
0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	
0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	

0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1
0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
0	4	5	0	4	1	5	0	0	0	6	4	0	2	7
0.00	40.00	50.00	0.00	40.00	10.00	50.00	0.00	0.00	0.00	60.00	40.00	0.00	20.00	70.00

16				9				17				10		
2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	A	B
0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0
0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1
0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
0	1	2	0	1	0	2	0	0	2	1	1	0	1	1
0.00	33.33	66.67	0.00	33.33	0.00	66.67	0.00	0.00	0.00	66.67	33.33	0.00	33.33	33.33

18							11					19				
C	D	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	
0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	
0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	
1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	
1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	
0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	
1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	
1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	
1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	
0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	
1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	
0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	
1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	
1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	
9	0	0	0	4	12	0	7	4	4	1	0	1	2	10	3	
56.25	0.00	0.00	0.00	25.00	75.00	0.00	43.75	25.00	25.00	6.25	0.00	6.25	12.50	62.50	18.75	

18							11					19				
C	D	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	
0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	
0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	
0	0	0	0	0	4	0	2	1	1	0	0	0	0	4	0	
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	50.00	25.00	25.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	

18							11					19				
C	D	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	
0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	
0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	
0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	
0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	

0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
1	0	0	0	2	8	0	4	2	4	0	0	1	1	8	0
10.00	0.00	0.00	0.00	20.00	80.00	0.00	40.00	20.00	40.00	0.00	0.00	10.00	10.00	80.00	0.00

18							11					19				
C	D	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	
0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	
0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	
1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	
1	0	0	0	2	1	0	0	2	1	0	0	0	1	2	0	
33.33	0.00	0.00	0.00	66.67	33.33	0.00	0.00	66.67	33.33	0.00	0.00	0.00	33.33	66.67	0.00	

20					21					12				1	2
1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0
0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0
1	0	4	10	1	0	2	6	7	1	6	1	9	0	0	0
6.25	0.00	25.00	62.50	6.25	0.00	12.50	37.50	43.75	6.25	37.50	6.25	56.25	0.00	0.00	0.00

20					21					12				1	2
1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
0	0	0	4	0	0	1	0	3	0	2	0	2	0	0	0
0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	25.00	0.00	75.00	0.00	50.00	0.00	50.00	0.00	0.00	0.00

20					21					12				1	2
1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0

0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
0	0	1	9	0	0	1	1	8	0	6	1	3	0	0	0	0
0.00	0.00	10.00	90.00	0.00	0.00	10.00	10.00	80.00	0.00	60.00	10.00	30.00	0.00	0.00	0.00	0.00

20					21					12					
1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
0	0	0	3	0	0	0	0	2	1	1	0	2	0	0	0
0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	66.67	33.33	33.33	0.00	66.67	0.00	0.00	0.00

0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1
0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1
0	9	1	8	1	1	0	0	0	1	5	4	
0.00	90.00	10.00	80.00	10.00	10.00	0.00	0.00	0.00	10.00	50.00	40.00	

22			13				23				
3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5
0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
0	3	0	2	0	1	0	0	0	0	0	3
0.00	100.00	0.00	66.67	0.00	33.33	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00

BASE DE DATOS DE LA AUDIENCIA INFANTIL DEL PROGRAMA DISNEY CLUB DE TV AZTECA, POR POSICIÓN FAMILIAR HIJO MAYOR

# DE ENCUESTADO	SUJETOS	SEXO	RANGO DE EDAD	POSICIÓN FAMILIAR	GRADO ESCOLAR	LUGAR DE RESIDENCIA	6					
							A	B	C	D	1	2
1	1 FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MAYOR	2DO PRIMARIA	DF.	0	0	1	0	0	0	
2	2 FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MAYOR	3RO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	
3	3 FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	
4	4 FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	1RO DE SECUNDARIA	EDO DE MEX	1	0	0	0	0	0	
6	5 FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	1RO DE SECUNDARIA	DF.	0	0	1	0	0	0	
18	6 MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	5TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0	0	
19	7 FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	1	
21	8 MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	6TO DE PRIMARIA	DF.	0	0	1	0	0	0	
23	9 FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	6TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	
24	10 FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	2DO DE SECUNDARIA	EDO DE MEX	1	0	0	0	0	0	
25	11 MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO MAYOR	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	
27	12 FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	5TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0	0	
29	13 MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	6TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0	0	
31	14 MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	0	1	0	0	0	0	
32	15 FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MAYOR	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	
33	16 MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	3RO DE SECUNDARIA	DF.	1	0	0	0	0	0	
TOTAL						9	4	3	0	0	1	
PORCENTAJE						56.25	25.00	18.75	0.00	0.00	6.25	

14			7					15					8				16					A	
3	4	5	A	B	C	D	E	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	A	
0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1
1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1
1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1
0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
2	13	0	3	4	6	2	1	0	0	1	13	2	2	12	2	0	0	4	5	7	0	5	5
12.50	81.25	0.00	18.75	25.00	37.50	12.50	6.25	0.00	0.00	6.25	81.25	12.50	12.50	75.00	12.50	0.00	0.00	25.00	31.25	43.75	0.00	31.25	31.25

20					21					12					22					13				
5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1
0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	
0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	
0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	
0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	
1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	
0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	
0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	
0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	
1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	
0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	
0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	
0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	
0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	
0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	
0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	
3	1	0	4	10	1	0	2	6	7	1	6	1	9	0	0	0	1	14	1	14	0	2	0	1
18.75	6.25	0.00	25.00	62.50	6.25	0.00	12.50	37.50	43.75	6.25	37.50	6.25	56.25	0.00	0.00	0.00	6.25	87.50	6.25	87.50	0.00	12.50	0.00	6.25

23

2	3	4	5
0	0	1	0
0	0	0	1
0	1	0	0
0	0	0	1
0	0	1	0
0	0	0	1
1	0	0	0
0	0	1	0
0	0	1	0
0	0	0	1
0	0	1	0
0	0	1	0
0	0	0	1
0	0	1	0
0	0	1	0
0	0	0	1
0	1	0	0
1	2	7	6
6.25	12.50	43.75	37.50

BASE DE DATOS DE LA AUDIENCIA INFANTIL DEL PROGRAMA DISNEY CLUB DE TV AZTECA, POR POSICIÓN FAMILIAR HIJO INTERMEDIO

# DE ENCUESTADO	SUJETOS	SEXO	RANGO DE EDAD	POSICIÓN FAMILIAR	GRADO ESCOLAR	LUGAR DE RESIDENCIA	6					
							A	B	C	D	1	2
10	1	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA INTERMEDIO	2DO DE SECUNDARIA	DF.	0	1	0	0	0	0
13	2	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA INTERMEDIO	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0
16	3	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA INTERMEDIO	3RO DE SECUNDARIA	DF.	1	0	0	0	0	0
17	4	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO INTERMEDIO	2DO DE SECUNDARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0	0
TOTAL							2	2	0	0	0	0
PORCENTAJE							50.00	50.00	0.00	0.00	0.00	0.00

14			7					15					8				16					
3	4	5	A	B	C	D	E	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	A
0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1
0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1
0	4	0	2	0	0	2	0	0	0	1	3	0	0	2	2	0	0	0	1	3	0	2
0.00	100.00	0.00	50.00	0.00	0.00	50.00	0.00	0.00	0.00	25.00	75.00	0.00	0.00	50.00	50.00	0.00	0.00	0.00	25.00	75.00	0.00	50.00

20					21					12				22					13						
5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	
0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0
0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
0	0	0	0	4	0	0	1	0	3	2	0	2	0	0	0	0	2	2	0	3	0	0	0	1	0
0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	25.00	0.00	75.00	0.00	50.00	0.00	50.00	0.00	0.00	0.00	50.00	50.00	0.00	75.00	0.00	0.00	25.00	0.00	0.00

23

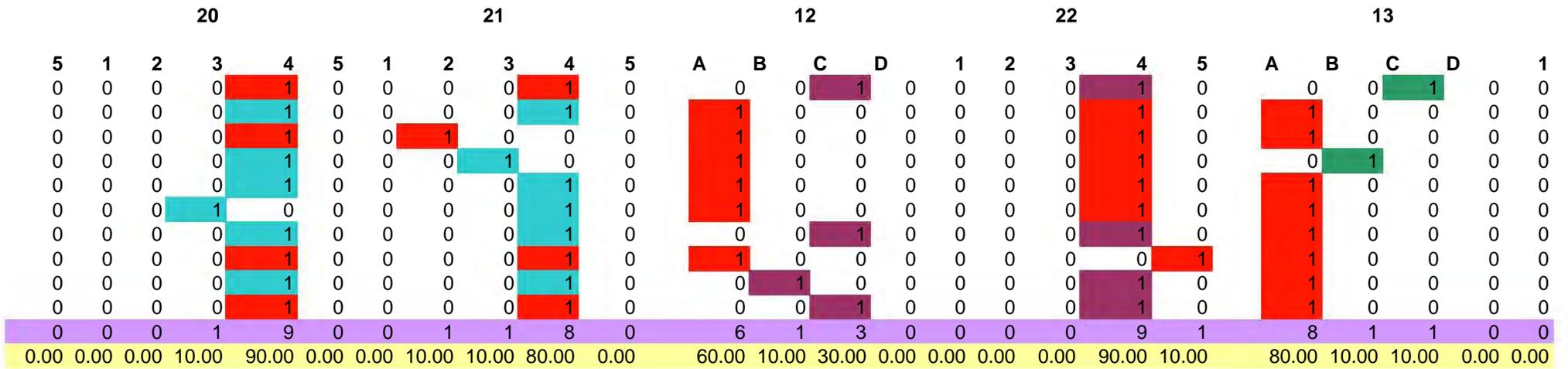
2	3	4	5
1	0	0	0
0	0	0	1
0	0	1	0
0	0	1	0
1	0	2	1
25.00	0.00	50.00	25.00

BASE DE DATOS DE LA AUDIENCIA INFANTIL DEL PROGRAMA DISNEY CLUB DE TV AZTECA, POR POSICIÓN FAMILIAR HIJO MENOR

# DE ENCUESTADO	SUJETOS	SEXO	RANGO DE EDAD	POSICIÓN FAMILIAR	GRADO ESCOLAR	LUGAR DE RESIDENCIA	6					
							A	B	C	D	1	2
5	1	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO MENOR	3RO DE SECUNDARIA	DF.	0	1	0	0	0	0
7	2	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MENOR	1RO DE SECUNDARIA	DF.	0	1	0	0	0	0
11	3	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MENOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0
12	4	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MENOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0
14	5	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MENOR	6TO DE PRIMARIA	DF.	0	1	0	0	0	0
15	6	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0
20	7	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0
22	8	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR	4TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0	0
26	9	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR	3RO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0	0
30	10	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO MENOR	3RO DE PRIMARIA	DF.	0	1	0	0	0	0
TOTAL							4	6	0	0	0	0
PORCENTAJE							40.00	60.00	0.00	0.00	0.00	0.00

14			7					15					8				16						
3	4	5	A	B	C	D	E	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	A	
0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0
0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0
1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
1	9	0	0	2	5	3	0	0	0	1	9	0	3	4	3	0	1	0	4	5	0	4	0
10.00	90.00	0.00	0.00	20.00	50.00	30.00	0.00	0.00	0.00	10.00	90.00	0.00	30.00	40.00	30.00	0.00	10.00	0.00	40.00	50.00	0.00	40.00	0.00

9									17									10									18									11									19								
B	C	D	1	2	3	4	5		A	B	C	D	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	A	B	C	D	1	2	3	4	A	B	C	D	1	2	3	4												
0	1	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0				
0	0	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
0	0	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
0	1	0	0	0	1	0	0		1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
0	1	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
1	0	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
0	1	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
0	0	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
0	0	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
1	5	0	0	0	6	4	0		2	7	1	0	0	0	2	8	0	4	2	4	0	0	0	1	1	8	4	2	4	0	0	0	1	1	8	4	2	4	0	0	0	1	1	8									
10.00	50.00	0.00	0.00	0.00	60.00	40.00	0.00		20.00	70.00	10.00	0.00	0.00	0.00	20.00	80.00	0.00	40.00	20.00	40.00	0.00	0.00	0.00	10.00	10.00	80.00	40.00	20.00	40.00	0.00	0.00	0.00	10.00	10.00	80.00																		



23

2	3	4	5
0	0	1	0
0	0	1	0
0	0	0	1
0	1	0	0
0	0	1	0
0	0	1	0
0	0	0	1
0	0	1	0
0	0	0	1
0	0	0	1
0	1	5	4
0.00	10.00	50.00	40.00

BASE DE DATOS DE LA AUDIENCIA INFANTIL DEL PROGRAMA DISNEY CLUB DE TV AZTECA, POR POSICIÓN FAMILIAR HIJO ÚNICO

# DE ENCUESTADO	SUJETOS	SEXO	RANGO DE EDAD	POSICIÓN FAMILIAR	GRADO ESCOLAR	LUGAR DE RESIDENCIA	6					
							A	B	C	D	1	2
8	1	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO ÚNICO	3RO DE PRIMARIA	DF.	0	0	1	0	0	0
9	2	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO ÚNICO	6TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	0
28	3	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO ÚNICO	4TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	1	0	0	0	0	0
TOTAL							2	0	1	0	0	0
PORCENTAJE							66.67	0.00	33.33	0.00	0.00	0.00

14			7					15			8				16							
3	4	5	A	B	C	D	E	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	A
0	1	0		0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
0	1	0		0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1
0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
0	3	0	1	0	0	1	1	0	0	0	3	0	0	1	2	0	0	0	1	2	0	1
0.00	100.00	0.00	33.33	0.00	0.00	33.33	33.33	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	33.33	66.67	0.00	0.00	0.00	33.33	66.67	0.00	33.33

9									17									10									18									11									19								
B	C	D	1	2	3	4	5		A	B	C	D	1	2	3	4	5		A	B	C	D	1	2	3	4		A	B	C	D	1	2	3	4																		
0	1	0	0	0	1	0	0		1	0	0	0	0	0	1	0	0		0	0	1	0	0	0	0	0		0	0	1	0	0	0	0	0																		
0	0	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0		0	1	0	0	0	0	0	0		0	1	0	0	0	0	0	0																		
0	1	0	0	0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	0	0		0	1	0	0	0	0	0	0																		
0	2	0	0	0	2	1	0		1	1	1	0	0	0	2	1	0		0	2	1	0	0	0	0	1		0	2	1	0	0	0	1	2																		
0.00	66.67	0.00	0.00	0.00	66.67	33.33	0.00		33.33	33.33	33.33	0.00	0.00	0.00	66.67	33.33	0.00		0.00	66.67	33.33	0.00	0.00	0.00	0.00	33.33	66.67		0.00	66.67	33.33	0.00	0.00	0.00	33.33	66.67																	

20					21					12				22					13					
5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1
0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
0	0	0	0	3	0	0	0	0	2	1	1	0	2	0	0	0	0	3	0	2	0	1	0	0
0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	66.67	33.33	33.33	0.00	66.67	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	66.67	0.00	33.33	0.00	0.00

23

2	3	4	5
0	0	0	1
0	0	0	1
0	0	0	1
0	0	0	3
0.00	0.00	0.00	100.00

BASE DE DATOS DE LA AUDIENCIA INFANTIL DEL PROGRAMA DISNEY CLUB DE TV AZTECA, POR GRADO ESCOLAR 2DO DE PRIMARIA

# DE ENCUESTADO	SUJETOS	SEXO	RANGO DE EDAD	POSICIÓN FAMILIAR	GRADO ESCOLAR	LUGAR DE RESIDENCIA	6				
							A	B	C	D	1
1	1 FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MAYOR	2DO PRIMARIA	DF.	0	0	1	0	0	
13	2 FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA INTERMEDIO	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	
15	3 FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	
25	4 MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO MAYOR	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	
20	5 FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	
32	6 FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MAYOR	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	
TOTAL						5	0	1	0	0	
PORCENTAJE						83.33	0.00	16.67	0.00	0.00	

14				7					15					8				16		
2	3	4	5	A	B	C	D	E	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3
0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0
0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1
0	0	6	0	1	0	2	2	1	0	0	1	5	0	2	3	1	0	1	1	2
0.00	0.00	100.00	0.00	16.67	0.00	33.33	33.33	16.67	0.00	0.00	16.67	83.33	0.00	33.33	50.00	16.67	0.00	16.67	16.67	33.33

9											10											11	
4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	A	B		
0	0		0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0		
0	0		0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0		
1	0		0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0		
1	0		0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1		
0	0		1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0		
0	0		1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0		
2	0		1	1	4	0	0	2	4	0	1	3	2	0	0	0	2	4	0	0	1		
33.33	0.00		16.67	16.67	66.67	0.00	0.00	0.00	33.33	66.67	16.67	50.00	33.33	0.00	0.00	0.00	33.33	66.67	0.00	0.00	16.67		

I																						
		19					20					21				12						
C	D	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2
0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
4	1	0	0	0	6	0	1	0	2	3	0	0	0	1	5	0	2	1	3	0	0	0
66.67	16.67	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	16.67	0.00	33.33	50.00	0.00	0.00	0.00	16.67	83.33	0.00	33.33	16.67	50.00	0.00	0.00	0.00

22			13							23		
3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	
0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	
0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	
0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	
0	6	0	6	0	0	0	0	0	0	3	3	
0.00	100.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	50.00	50.00	

BASE DE DATOS DE LA AUDIENCIA INFANTIL DEL PROGRAMA DISNEY CLUB DE TV AZTECA, POR GRADO ESCOLAR 3RO DE PRIMARIA

# DE ENCUESTADO	SUJETOS	SEXO	RANGO DE EDAD	POSICIÓN FAMILIAR	GRADO ESCOLAR	LUGAR DE RESIDENCIA	6				
							A	B	C	D	1
2	1 FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MAYOR	3RO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	
5	2 MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO MENOR	3RO DE PRIMARIA	DF.	0	1	0	0	0	
8	3 MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO ÚNICO	3RO DE PRIMARIA	DF.	0	0	1	0	0	
26	4 FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR	3RO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0	
30	5 MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO MENOR	3RO DE PRIMARIA	DF.	0	1	0	0	0	
TOTAL						1	3	1	0	0	
PORCENTAJE						20.00	60.00	20.00	0.00	0.00	

14					7							15					8					16		
2	3	4	5		A	B	C	D	E	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3			
0	0	1	0		0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0			
0	0	1	0		0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0			
0	0	1	0		0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1			
0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1			
0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1			
0	0	5	0		0	2	2	0	1	0	0	0	5	0	0	4	1	0	0	1	3			
0.00	0.00	100.00	0.00		0.00	40.00	40.00	0.00	20.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	80.00	20.00	0.00	0.00	20.00	60.00			

		9							17				10							18		11	
4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	A	B		
0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1		
1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0		
0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0		
0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0		
0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0		
1	0	3	0	2	0	0	0	5	0	0	1	3	1	0	0	0	2	3	0	2	1		
20.00	0.00	60.00	0.00	40.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	20.00	60.00	20.00	0.00	0.00	0.00	40.00	60.00	0.00	40.00	20.00		

I															A															
C					D					19					20					21					12		1		2	
C	D	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2								
0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0								
0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0								
1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0								
1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0								
0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0								
2	0	0	2	2	1	0	0	0	0	5	0	0	1	0	4	0	0	1	4	0	0	0								
40.00	0.00	0.00	40.00	40.00	20.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	20.00	0.00	80.00	0.00	0.00	20.00	80.00	0.00	0.00	0.00								

22			13				23				
3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5
0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
0	5	0	2	0	3	0	0	0	0	1	4
0.00	100.00	0.00	40.00	0.00	60.00	0.00	0.00	0.00	0.00	20.00	80.00

BASE DE DATOS DE LA AUDIENCIA INFANTIL DEL PROGRAMA DISNEY CLUB DE TV AZTECA, POR GRADO ESCOLAR 4TO DE PRIMARIA

# DE ENCUESTADO	SUJETOS	SEXO	RANGO DE EDAD	POSICIÓN FAMILIAR	GRADO ESCOLAR	LUGAR DE RESIDENCIA	6				
							A	B	C	D	1
22	1	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR	4TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0
28	2	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO ÚNICO	4TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	1	0	0	0	0
TOTAL							1	1	0	0	0
PORCENTAJE							50.00	50.00	0.00	0.00	0.00

14				7							15				8				16		
2	3	4	5	A	B	C	D	E	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	
0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1
0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
0	0	2	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	1
0.00	0.00	100.00	0.00	50.00	50.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	50.00

		9										10					11					
4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	A	B	11
0	0		0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0
1	0		0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0
1	0		0	0	2	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1
50.00	0.00		0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	50.00	50.00	0.00	0.00	50.00	50.00	0.00	0.00	0.00	50.00	50.00	0.00	50.00	50.00

		19					20					21					12							
I		C	D	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2
		0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
		0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2	0	1	0	1	0	0	0
		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	50.00	0.00	50.00	0.00	0.00	0.00

22			13				23				
3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5
0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0
0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	1	1
0.00	50.00	50.00	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	50.00	50.00

BASE DE DATOS DE LA AUDIENCIA INFANTIL DEL PROGRAMA DISNEY CLUB DE TV AZTECA, POR GRADO ESCOLAR 5TO DE PRIMARIA

# DE ENCUESTADO	SUJETOS	SEXO	RANGO DE EDAD	POSICIÓN FAMILIAR	GRADO ESCOLAR	LUGAR DE RESIDENCIA	6				
							A	B	C	D	1
3	1 FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	
11	2 MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MENOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	
12	3 FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MENOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	
18	4 MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	5TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0	
19	5 FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0	
27	6 FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	5TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0	
31	7 MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	0	1	0	0	0	
TOTAL						4	3	0	0	0	
PORCENTAJE						57.14	42.86	0.00	0.00	0.00	

14					7					15					8					16		
2	3	4	5		A	B	C	D	E	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	
0	1	0	0		0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	
0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	
0	1	0	0		0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	
0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	
1	0	0	0		0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	
0	0	1	0		0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	
0	0	1	0		0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	
1	2	4	0		1	1	3	2	0	0	0	0	5	2	3	4	0	0	0	2	3	
14.29	28.57	57.14	0.00		14.29	14.29	42.86	28.57	0.00	0.00	0.00	0.00	71.43	28.57	42.86	57.14	0.00	0.00	0.00	28.57	42.86	

I		19					20					21					12					
C	D	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2
0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0
0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0
0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
1	0	0	0	1	4	2	0	0	1	5	1	0	2	4	0	1	3	0	4	0	0	0
14.29	0.00	0.00	0.00	14.29	57.14	28.57	0.00	0.00	14.29	71.43	14.29	0.00	28.57	57.14	0.00	14.29	42.86	0.00	57.14	0.00	0.00	0.00

22			13				23				
3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5
0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1
0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0
0	6	1	5	1	1	0	1	1	2	1	3
0.00	85.71	14.29	71.43	14.29	14.29	0.00	14.29	14.29	28.57	14.29	42.86

BASE DE DATOS DE LA AUDIENCIA INFANTIL DEL PROGRAMA DISNEY CLUB DE TV AZTECA, POR GRADO ESCOLAR 6TO DE PRIMARIA

# DE ENCUESTADO	SUJETOS	SEXO	RANGO DE EDAD	POSICIÓN FAMILIAR	GRADO ESCOLAR	LUGAR DE RESIDENCIA	6				
							A	B	C	D	1
9	1	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO ÚNICO	6TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0
14	2	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MENOR	6TO DE PRIMARIA	DF.	0	1	0	0	0
21	3	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	6TO DE PRIMARIA	DF.	0	0	1	0	0
23	4	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	6TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0	0	0
29	5	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	6TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0
TOTAL							2	2	1	0	0
PORCENTAJE							40.00	40.00	20.00	0.00	0.00

14					7					15					8					16		
2	3	4	5		A	B	C	D	E	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	
0	0	1	0			0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	
0	0	1	0			0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	
0	0	1	0			0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	
0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	
0	0	1	0		0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	
0	0	5	0		1	1	0	3	0	0	0	1	4	0	0	4	1	0	0	0	0	
0.00	0.00	100.00	0.00		20.00	20.00	0.00	60.00	0.00	0.00	0.00	20.00	80.00	0.00	0.00	80.00	20.00	0.00	0.00	0.00	0.00	

4		5		9		17		10		18		11										
A	B	C	D	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	A	B			
1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1			
1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1			
1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0			
1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0			
1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0			
5	0	2	0	3	0	0	2	3	0	0	3	2	0	0	0	5	0	2	2			
100.00	0.00	40.00	0.00	60.00	0.00	0.00	0.00	40.00	60.00	0.00	0.00	60.00	40.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	40.00	40.00

I																						
19					20					21					12							
C	D	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2
0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0
0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0
0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0
1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
1	0	0	0	1	4	0	0	0	1	4	0	0	0	2	2	1	3	0	2	0	0	0
20.00	0.00	0.00	0.00	20.00	80.00	0.00	0.00	0.00	20.00	80.00	0.00	0.00	0.00	40.00	40.00	20.00	60.00	0.00	40.00	0.00	0.00	0.00

22			13					23				
3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	
0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	
0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	
0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	
0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	
0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	
0	5	0	5	0	0	0	0	0	0	4	1	
0.00	100.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	80.00	20.00	

BASE DE DATOS DE LA AUDIENCIA INFANTIL DEL PROGRAMA DISNEY CLUB DE TV AZTECA, POR GRADO ESCOLAR 1RO DE SECUNDARIA

# DE ENCUESTADO	SUJETOS	SEXO	RANGO DE EDAD	POSICIÓN FAMILIAR	GRADO ESCOLAR	LUGAR DE RESIDENCIA	6				
							A	B	C	D	1
4	1 FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	1RO DE SECUNDARIA	EDO DE MEX	1	0	0	0	0	
6	2 FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	1RO DE SECUNDARIA	DF.	0	0	1	0	0	
7	3 FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MENOR	1RO DE SECUNDARIA	DF.	0	1	0	0	0	
TOTAL						1	1	1	0	0	
PORCENTAJE						33.33	33.33	33.33	0.00	0.00	

14				7					15					8				16		
2	3	4	5	A	B	C	D	E	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3
0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1
0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
0	0	3	0	0	0	3	0	0	0	0	0	3	0	0	1	2	0	0	0	1
0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	33.33	66.67	0.00	0.00	0.00	33.33

4		5		9		17		10		18		11									
		A	B	C	D	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	A	B
1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0
1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
2	0	1	0	2	0	0	0	2	1	0	0	2	1	0	0	0	1	2	0	1	0
66.67	0.00	33.33	0.00	66.67	0.00	0.00	0.00	66.67	33.33	0.00	0.00	66.67	33.33	0.00	0.00	0.00	33.33	66.67	0.00	33.33	0.00

I		19					20					21					12					
C	D	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2
1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	3	0	0	0	0	3	0	0	0	0	3	0	2	0	1	0	0	0
66.67	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	66.67	0.00	33.33	0.00	0.00	0.00

22			13					23			
3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5
0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0
0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0
0	3	0	3	0	0	0	0	0	0	2	1
0.00	100.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	66.67	33.33

BASE DE DATOS DE LA AUDIENCIA INFANTIL DEL PROGRAMA DISNEY CLUB DE TV AZTECA, POR GRADO ESCOLAR 2DO DE SECUNDARIA

# DE ENCUESTADO	SUJETOS	SEXO	RANGO DE EDAD	POSICIÓN FAMILIAR	GRADO ESCOLAR	LUGAR DE RESIDENCIA	6				
							A	B	C	D	1
10	1	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA INTERMEDIO	2DO DE SECUNDARIA	DF.	0	1	0	0	0
17	2	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO INTERMEDIO	2DO DE SECUNDARIA	EDO DE MEX	0	1	0	0	0
24	3	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	2DO DE SECUNDARIA	EDO DE MEX	1	0	0	0	0
TOTAL							1	2	0	0	0
PORCENTAJE							33.33	66.67	0.00	0.00	0.00

14				7							15				8				16		
2	3	4	5	A	B	C	D	E	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	
0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	
0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	
0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	
0	1	2	0	2	0	1	0	0	0	0	1	2	0	0	2	1	0	0	0	1	
0.00	33.33	66.67	0.00	66.67	0.00	33.33	0.00	0.00	0.00	0.00	33.33	66.67	0.00	0.00	66.67	33.33	0.00	0.00	0.00	33.33	

I	19					20					21					12							
	C	D	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2
	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	2	1	0	0	1	2	0	0	1	0	2	0	2	0	1	0	0	0
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	66.67	33.33	0.00	0.00	33.33	66.67	0.00	0.00	33.33	0.00	66.67	0.00	66.67	0.00	33.33	0.00	0.00	0.00

22			13				23				
3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5
1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
3	0	0	2	0	0	1	0	1	0	1	1
100.00	0.00	0.00	66.67	0.00	0.00	33.33	0.00	33.33	0.00	33.33	33.33

BASE DE DATOS DE LA AUDIENCIA INFANTIL DEL PROGRAMA DISNEY CLUB DE TV AZTECA, POR GRADO ESCOLAR 3RO DE SECUNDARIA

# DE ENCUESTADO	SUJETOS	SEXO	RANGO DE EDAD	POSICIÓN FAMILIAR	GRADO ESCOLAR	LUGAR DE RESIDENCIA	6				
							A	B	C	D	1
16	1	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA INTERMEDIO	3RO DE SECUNDARIA	DF.	1	0	0	0	0
33	2	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	3RO DE SECUNDARIA	DF.	1	0	0	0	0
TOTAL							2	0	0	0	0
PORCENTAJE							100.00	0.00	0.00	0.00	0.00

14				7					15					8				16		
2	3	4	5	A	B	C	D	E	1	2	3	4	5	A	B	C	D	1	2	3
0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
0	0	2	0	0	1	0	1	0	0	0	0	2	0	0	1	1	0	0	0	0
0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	50.00	0.00	50.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	50.00	50.00	0.00	0.00	0.00	0.00

4		5	A		B	9		C	D	1	2	17		3	4	5	10		A	B	C	D	1	2	18		3	4	5	A		B	11
1	0		1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0		1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0		1	0		
1	0		0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0		0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0		1	0		
2	0		1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0		1	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0		2	0			
100.00	0.00		50.00	0.00	50.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00		50.00	0.00	50.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00		100.00	0.00			

22			13					23				
3	4	5	A	B	C	D	1	2	3	4	5	
0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	
0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	
0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	1	0	
0.00	100.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	50.00	50.00	0.00	

BASE DE DATOS DE LA AUDIENCIA INFANTIL DEL PROGRAMA DISNEY CLUB DE TV AZTECA, POR LUGAR DE RESIDENCIA DF.

# DE ENCUESTADO	SUJETOS	SEXO	RANGO DE EDAD	POSICIÓN FAMILIAR	GRADO ESCOLAR	LUGAR DE RESIDENCIA	6		
							A	B	C
1	1	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MAYOR	2DO PRIMARIA	DF.	0	0	1
2	2	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MAYOR	3RO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0
3	3	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0
5	4	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO MENOR	3RO DE PRIMARIA	DF.	0	1	0
6	5	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	1RO DE SECUNDARIA	DF.	0	0	1
7	6	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MENOR	1RO DE SECUNDARIA	DF.	0	1	0
8	7	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO ÚNICO	3RO DE PRIMARIA	DF.	0	0	1
9	8	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO ÚNICO	6TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0
10	9	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA INTERMEDIO	2DO DE SECUNDARIA	DF.	0	1	0
11	10	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MENOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0
12	11	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MENOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0
13	12	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA INTERMEDIO	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0
14	13	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MENOR	6TO DE PRIMARIA	DF.	0	1	0
15	14	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0
16	15	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA INTERMEDIO	3RO DE SECUNDARIA	DF.	1	0	0
19	16	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0
20	17	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0
21	18	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	6TO DE PRIMARIA	DF.	0	0	1
23	19	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	6TO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0
25	20	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO MAYOR	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0
30	21	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO MENOR	3RO DE PRIMARIA	DF.	0	1	0
31	22	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	5TO DE PRIMARIA	DF.	0	1	0
32	23	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MAYOR	2DO DE PRIMARIA	DF.	1	0	0
33	24	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	3RO DE SECUNDARIA	DF.	1	0	0
TOTAL							14	6	4
PORCENTAJE							58.33	25.00	16.67

7				8				9				10				11				1					
D	A	B	C	D	E	A	B	C	D	A	B	C	D	A	B	C	D	A	B	C	D	A	B	1	
0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	
0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0
0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0
0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0
0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0
0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0
0	3	5	7	7	2	4	15	5	0	9	1	14	0	6	9	9	0	9	7	7	1	12	1	1	1
0.00	12.50	20.83	29.17	29.17	8.33	16.67	62.50	20.83	0.00	37.50	4.17	58.33	0.00	25.00	37.50	37.50	0.00	37.50	29.17	29.17	4.17	50.00	4.17	4.17	

REACTIVOS

2	13					14					15					16					17				
C	D	A	B	C	D	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
11	0	20	1	3	0	0	1	2	21	0	0	0	2	21	1	1	3	8	12	0	0	1	12	11	0
45.83	0.00	83.33	4.17	12.50	0.00	0.00	4.17	8.33	87.50	0.00	0.00	0.00	8.33	87.50	4.17	4.17	12.50	33.33	50.00	0.00	0.00	4.17	50.00	45.83	0.00

18					19					20					21					22									
1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0		
0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0		
0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0		
0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0		
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0		
0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0		
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0		
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0		
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0		
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0		
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0		
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0		
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0		
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0		
0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0		
0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0		
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0		
0	0	6	18	0	0	1	4	18	1	1	0	2	20	1	0	3	4	15	2	0	0	1	23	0	1	0	1		
0.00	0.00	25.00	75.00	0.00	0.00	4.17	16.67	75.00	4.17	4.17	0.00	8.33	83.33	4.17	0.00	12.50	16.67	62.50	8.33	0.00	0.00	4.17	95.83	0.00	4.17	0.00	4.17		

23

2	3	4	5
0	0	1	0
0	0	0	1
0	1	0	0
0	0	1	0
0	0	1	0
0	0	1	0
0	0	0	1
0	0	0	1
1	0	0	0
0	0	0	1
0	1	0	0
0	0	0	1
0	0	1	0
0	0	1	0
0	0	1	0
1	0	0	0
0	0	0	1
0	0	1	0
0	0	1	0
0	0	1	0
0	0	0	1
0	0	1	0
0	0	0	1
0	1	0	0
2	3	11	8

8.33 12.50 45.83 33.33

BASE DE DATOS DE LA AUDIENCIA INFANTIL DEL PROGRAMA DISNEY CLUB DE TV AZTECA, POR LUGAR DE RESIDENCIA EDO. DE MEX.

# DE ENCUESTADO	SUJETOS	SEXO	RANGO DE EDAD	POSICIÓN FAMILIAR	GRADO ESCOLAR	LUGAR DE RESIDENCIA	6		
							A	B	C
4	1	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	1RO DE SECUNDARIA	EDO DE MEX	1	0	0
17	2	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO INTERMEDIO	2DO DE SECUNDARIA	EDO DE MEX	0	1	0
18	3	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	5TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0
22	4	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR	4TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0
24	5	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	2DO DE SECUNDARIA	EDO DE MEX	1	0	0
26	6	FEMENINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJA MENOR	3RO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0
27	7	FEMENINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJA MAYOR	5TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0
28	8	MASCULINO	DE 7 A 9 AÑOS	HIJO ÚNICO	4TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	1	0	0
29	9	MASCULINO	DE 10 A 14 AÑOS	HIJO MAYOR	6TO DE PRIMARIA	EDO DE MEX	0	1	0
						TOTAL	3	6	0
						PORCENTAJE	33.33	66.67	0.00

7				8				9				10				11				1							
D	A	B	C	D	E	A	B	C	D	A	B	C	D	A	B	C	D	A	B	C	D	A	B				
0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0
0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
0	3	1	4	1	0	1	4	4	0	3	0	6	0	1	6	2	0	4	2	3	0	3	0	3	1	0	1
0.00	33.33	11.11	44.44	11.11	0.00	11.11	44.44	44.44	0.00	33.33	0.00	66.67	0.00	11.11	66.67	22.22	0.00	44.44	22.22	33.33	0.00	33.33	###	###	###	###	###

REACTIVOS

2	13					14					15					16					17					
C	D	A	B	C	D	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	
0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	
0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	
0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	
1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	
1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	
1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	
5	0	7	0	1	1	0	0	1	8	0	0	0	1	7	1	0	1	3	5	0	0	0	6	3	0	
55.56	0.00	77.78	0.00	11.11	####	0.00	0.00	####	88.89	0.00	0.00	0.00	####	77.78	####	0.00	11.11	33.33	55.56	0.00	0.00	0.00	66.67	33.33	0.00	

18					19					20					21					22									
1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
0	0	2	7	0	0	0	1	0	6	2	0	0	3	6	0	0	1	3	5	0	0	0	0	2	5	2	0	0	0
0.00	0.00	22.22	77.78	0.00	0.00	0.00	####	0.00	66.67	####	0.00	0.00	####	66.67	0.00	0.00	11.11	33.33	55.56	0.00	0.00	0.00	####	55.56	####	0.00	0.00	0.00	0.00

23

2	3	4	5
0	0	0	1
0	0	1	0
0	0	0	1
0	0	1	0
0	0	0	1
0	0	0	1
0	0	0	1
0	0	0	1
0	0	1	0
0	0	3	6

0.00 0.00 33.33 66.67

A continuación se presenta la lectura de tablas generales de este estudio, por cada reactivo.

1.1.1.1 Conducciones en foro

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	Frec.	%	Frec.	Prom
SI	17	51.52	17	3.7
NO	16	48.48	16	4
TOTAL	33	100	33	3.8

El 51.52% de los sujetos sí conocen la forma de las conducciones de foro del programa Disney Club, mientras que el 48.48% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la forma de las conducciones de foro, es de 3.7, mientras los que no lo conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de “.3” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

1.1.2.1 Formato de reportajes

	Conocimiento		Opinión	
	Frec.	%	Frec.	Prom.
SI	11	33.33	11	4
NO	22	66.67	22	3.5
TOTAL	33	100	33	3.7

El 33.33% de los sujetos sí conocen la forma de los reportajes del programa Disney Club, mientras que el 66.67% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la forma de los reportajes, es de 4, mientras los que no lo conocen opinan 3.5. Es decir hay una diferencia de opinión de más “.4” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

1.1.3.1 Formato de secciones

	Conocimiento		Opinión	
	FREC.	%	FREC.	Prom.
SI	9	27.27	9	3.5
NO	24	72.73	24	3.2
TOTAL	33	100	33	3.3

El 27.27% de los sujetos sí conocen la forma de las secciones del programa Disney Club, mientras que el 72.73% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la forma de las secciones, es de 3.5, mientras los que no lo conocen opinan 3.2. Es decir hay una diferencia de opinión de más “3” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

1.1.4.1 Formato de caricaturas

	Conocimiento		Opinión	
	FREC.	%	FREC.	Prom.
SI	12	36.36	12	3.4
NO	21	63.64	21	3.3
TOTAL	33	100	100	3.3

El 36.36% de los sujetos sí conocen la forma de las caricaturas del programa Disney Club, mientras que el 63.64% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la forma de las caricaturas, es de 3.4, mientras los que no lo conocen opinan 3.3. Es decir hay una diferencia de opinión de más “.1” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

1.2.1.1. Contenido de conducciones en foro

	Conocimiento		Opinión	
	Frec.	%	Frec.	Prom.
SI	15	45.45	15	4
NO	18	54.54	18	3.5
TOTAL	33	100	33	3.7

El 45.45% de los sujetos sí conocen el contenido de las conducciones del programa Disney Club, mientras que el 54.54% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el contenido de las conducciones, es de 4, mientras los que no lo conocen opinan 3.5. Es decir hay una diferencia de opinión de más “.5” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

1.2.2.1. Contenido de reportajes

	Conocimiento		Opinión		
	Frec.	%		Frec.	Prom.
SI	13	39.39	D AVENTURA	13	4
			D CURIOSOS	13	4
			MIRA LO QUE ME ENCONTRÉ	13	3.7
NO	20	60.6	D AVENTURA	20	3.5
			D CURIOSOS	20	3.7
			MIRA LO QUE ME ENCONTRÉ	20	3.5
TOTAL	33	100			

	Opinión Reportaje D Aventura	
	Frec	Prom
Si	13	4
No	20	3.5
Total	33	3.7

	Opinión Reportaje D Curiosos	
	Frec	Prom
Si	13	4
No	20	3.7
Total	33	3.8

	Opinión Reportaje Mira lo que me encontré	
	Frec	Prom
Si	13	3.7
No	20	3.5
Total	33	3.6

El 39.39% de los sujetos sí conocen el contenido de los reportajes del programa Disney Club. El promedio de los que sí conocen el reportaje D Aventura es de 4, de los que sí conocen el reportaje D Curiosos es de 4 y de los que sí conocen el reportaje Mira lo que me encontré es de 3.7.

El 60.6% de los sujetos no conocen el contenido de los reportajes del programa Disney Club. El promedio de los que no conocen el reportaje D Aventura es de 3.5, de los que no conocen el reportaje D Curiosos es de 3.7 y de los que no conocen el reportaje Mira lo que me encontré es de 3.5.

Acerca del reportaje D Aventura, hay una diferencia de más de “.5” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Acerca del reportaje D Curiosos, hay una diferencia de más de “.3” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Acerca del reportaje Mira lo que me encontré, hay una diferencia de más de “.2” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

1.2.3.1 Contenido de secciones

	Conocimiento		Opinión	
	Frec.	%	Frec.	Prom.
SI	15	45.45	15	4
NO	18	54.55	18	4
TOTAL	33	100	33	4

El 45.35% de los sujetos sí conocen el contenido de las secciones del programa Disney Club, mientras que el 54.55% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el contenido de las secciones, es de 4, mientras los que no lo conocen opinan 4. Es decir no existe ninguna diferencia de opinión.

1.2.4.1 Contenido de caricaturas

	Conocimiento		Opinión	
	Frec.	%	Frec.	Prom.
SI	27	81.82	27	4.2
NO	6	18.18	6	4.3
TOTAL	33	100	33	4.2

El 81.82% de los sujetos sí conocen el contenido de las caricaturas del programa Disney Club, mientras que el 18.18% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el contenido de las caricaturas, es de 4.2, mientras los que no lo conocen opinan 4.3. Es decir hay una diferencia de opinión de “.1” entre los que sí conocen con respecto a los que no.

FUENTES DE INFORMACIÓN

A) BIBLIOGRAFÍA

- Almonte, Carlos, "Psicopatología infantil y de la adolescencia". Mediterráneo, 2003.
- Flaver, Jonh H, "El desarrollo cognitivo". Visor distribuciones, 1993
- Gallo Romo, Olga, "Tesis de maestría" FCPYS-UNAM, 2005
- G. Claus- H. Hiebsch, "Psicología del niño escolar", Grijalbo, México, 1972.
- Grupo Salinas, "10 años de TV Azteca. Un sueño que hace historia 1993-2003", México, agosto 2003
- Martín Serrano, Manuel, "La Mediación Social", Madrid, Akal, 1976.
- Martín Serrano, Manuel, "Teoría de la comunicación I. Epistemología y análisis de la referencia". México 1993, UNAM ENEP Acatlán.
- Olmos, Alejandro, Et. Al, "Apuntes para una historia de la televisión mexicana", Editorial Televisa, 1998. pp. 124-127.
- Seminario Extracurricular de Titulación: Opinión Pública, FES Acatlán, 2005.

B) HEMEROGRAFÍA

- Alva de la Selva, Alma Rosa, "Paquete de medios, un paso atrás", Revista Mexicana de Comunicación. núm. 31
- "La jornada", 27 de Septiembre de 1994. p. 28
- Navarro Benítez, Raúl, "El universal gráfico", 21 de julio 1993. p.13
- Trejo Delarbre, Raúl, "El día", 21 de julio 1993

C) PÁGINAS ELECTRÓNICAS

- <http://www.tvazteca.com/corporativo/cultura/vision.shtml>
- <http://radiopasillo.com>
- <http://www.tvazteca.com/programas/noticias/cyber/secciones.shtml>
- <http://www.tvazteca.com/programas/entretenimiento/Kolitas/concepto.shtml>