



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO

01967

3

FACULTAD DE PSICOLOGÍA
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO

LAS CONDUCTAS DE LOS NIÑOS
EN CENTROS COMERCIALES Y
PARQUES

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

T E S I S

PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRA EN PSICOLOGÍA AMBIENTAL

QUE PRESENTA

MA. DE LA CONCEPCIÓN LAGUNA CALDERÓN

DIRECTOR DE TESIS: DR. SERAFÍN MERCADO DOMENECH

COMITÉ DE TESIS: DR. ALEJANDRO VILLALOBOS PÉREZ
MSTRO. ALFONSO VALADEZ RAMÍREZ
DRA. MARIA MONTERO Y LÓPEZ LENA
MSTRA. LIZBETH O. VEGA PÉREZ



MÉXICO, D.F

2002



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

Nota aclaratoria:

*Por razones administrativas el
verdadero título de esta investigación debe ser:*

**EL AMBIENTE COMO PRECURSOR DE LA CONDUCTA
EN EL NIÑO**

**Efecto de centros comerciales y parques,
en su desarrollo a través del juego.**

A mis padres con infinito amor y agradecimiento

**DR. JOSÉ LAGUNA GARCÍA
DRA. JULIETA CALDERÓN GENÉ DE LAGUNA +**

AGRADECIMIENTOS

A la Dra. Sofía Rivera Aragón por toda su valiosa guía y apoyo incondicional.

A la Mtra. Judith Flores Tirado por su paciencia y dedicación en sus correcciones.

A mi hermana gemela Julieta por todo su contagioso entusiasmo.

A mis hijos Satori, Daniela y Andrés, por su invaluable y maravillosa colaboración y por último y no por ello, menos importante a mi esposo Arq. Ricardo Ojeda Cárdenas por sus sabios consejos, por su afecto comprensión y cariño, que hicieron posible la conclusión de este trabajo.

A mis alumnos de Arquitectura de Paisaje, por su ayuda en la aplicación de los instrumentos: Arnold Avilés, Badillo Zúñiga, Balderas Matus, Delgadillo Salazar, Galicia Pérez, Manrique Huerta, Rincón Delgado, Yedra Ibarra.

INDICE

A. RESUMEN	1
B. INTRODUCCIÓN	
B-1 Introducción al problema	2
B-2 Desarrollo de los antecedentes	3
B-3 Psicología del juego y su importancia en el desarrollo del niño	4
B-4 Demostración de la continuidad lógica del proyecto de investigación	13
B-5 Afirmación del propósito y del razonamiento Argumentación:	
Antecedentes de las áreas verdes	27
Antecedentes de los centros comerciales	31
C. MÉTODO	37
C-1 Sujetos	38
C-2 Herramientas	42
D. PROCEDIMIENTO	43
E. RESULTADOS	44
E-I Análisis descriptivo	48
E-II Análisis inferencial	48
F. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	95
G. REFERENCIAS	114
H. APENDICE	127

A. RESUMEN

La evolución de la ciencia y la tecnología han permitido aumentar la expectativa de vida del hombre, y con el aumento de población han aparecido las grandes ciudades, modificando las estructuras físico ambientales y por ende psico sociales.

La presente investigación tiene como objetivo general comparar las conductas de los niños que asisten a Centros Comerciales vs con los que asisten a Parques; y como objetivos específicos conocer las conductas de los niños de 3 a 13 años en ambos escenarios. Se realizó una muestra intencional compuesta por diferentes sujetos, que se encontraban en el lugar, aplicándose dos Instrumentos, en días aleatorios. Para ello se seleccionaron a 244 niños y a 244 papás, a los que se les aplicó un cuestionario, además 381 niños fueron registrados en mapas conductuales.

Se consideró como variable independiente el escenario conductual que tuvo dos posibilidades: Los Centros Comerciales, considerados como la unión de espacios construidos interiores, a veces con relación al exterior, de un nivel o de varios niveles, en un solo edificio o en varios edificios, unidos física o visualmente que forman un conjunto por medio de plazas, patios o estacionamientos abiertos o subterráneos, integrando a las tiendas reunidas en un lugar, una junto a la otra dedicadas a la venta de productos o de servicios y los Parques ó Áreas Verdes Urbanas, considerados como espacios exteriores con masas de vegetación, de árboles, arbustos y cubre suelos, con pisos suaves de pastos, tierras o arenas, con desniveles topográficos, con ríos, piedras, espejos de agua, fuentes, andadores, bancas, casetas de servicios, sanitarios, zonas para bebés, para niños, para mamás o adultos que los acompañen.

Se aplicaron cuestionarios basados en la clasificación del Juego de Parten (1932), donde el juego es Individual: el niño juega solo e imagina a otros. Paralelo: juega con otros, pero no el mismo juego Asociativo: hace lo que otros dicen y Cooperativo: en unión con otros donde comparte y presta. Así mismo se realizaron preguntas sobre su grado de satisfacción y bienestar en relación al juego. Cabe señalar que también se aplicaron a los padres que estuvieron acompañando a los niños.

Se realizaron 48 observaciones para la elaboración de Mapas Conductuales desglosadas de la siguiente forma: 24 en centros comerciales y 24 en parques; Se observaron a todos los niños que se encontraban en los escenarios durante un periodo de 2 hrs. 10 mins.; se elaboraron levantamientos de 4 centros comerciales y de 4 áreas verdes urbanas; que incluyeron la estructura y los elementos del ambiente exterior e interior.

Para la obtención de resultados se utilizó el paquete SPSS, VERSIÓN 8, haciendo en primer lugar una descripción de la muestra para posteriormente establecer comparaciones entre los escenarios conductuales. Se utilizó la estadística de Frecuencias, el Análisis log-lineal y el Análisis Descriptivo, así como el Análisis Inferencial donde se usó la Regresión Logística.

Los resultados demostraron que la conducta del niño en los parques permite mayor entusiasmo, alegría, autoestima, sociabilidad y desarrollo que en los centros comerciales en los que se observó mayor frustración, aburrimiento y agresividad.

Así mismo ya que el juego es la actividad que más estimula la sinapsis, porque representa la posibilidad de estimulación de todas las capacidades con que nace el niño; intelectuales, emocionales, fisicomotrices, psicológicas y sociales. **La conclusión de ésta investigación es que el mejor desarrollo del niño es a través del juego y son los parques el mejor escenario para ello.**

B. INTRODUCCION

B.1. Introducción al Problema.

Según el urbanista e historiador Lewis Mumford (1952) en su libro “Arte y Tecnología”, con la aparición de las ciudades, las estructuras técnicas, sociales, intelectuales, políticas, comerciales y económicas en las relaciones entre los individuos, alcanzan un altísimo desarrollo. Las nuevas ciudades del siglo XX permiten la interacción de todos sus habitantes, estimulan una altísima especialización, naciendo la complejidad como algo natural. La publicidad y los centros comerciales facilitan el conocimiento de la oferta, para satisfacer una demanda, sin embargo, al mismo tiempo inevitablemente, las ciudades crean un conflicto irreversible, la gran concentración humana, con todos los servicios que implica una ciudad, evoluciona en forma negativa, produciendo, depresiones, carencias, ansiedad y angustia, siendo inevitable la necrópolis de las ciudades. En función de este planteamiento es importante evaluar las áreas verdes urbanas o parques, tradicionalmente espacios de recreación y convivencia, en comparación con los centros comerciales que en las últimas décadas del siglo XX y comienzos del siglo XXI emergen como nuevos sitios de recreación y convivencia.

B.2. Desarrollo de los Antecedentes.

Sin tratar de ser simplistas, podríamos decir que en México hay dos tipos de niños: Los que no comen, y los que si comen. El primer grupo ha sido objeto de muchos estudios, por la gravedad que implica la falta de proteínas en el desarrollo de los procesos mentales, es por ello que diversas sociedades se han abocado a tratar de resolver de alguna manera el problema. El segundo grupo de los niños que si comen, aún cuando tienen resuelto este problema, si no juegan no desarrollan sus capacidades intelectuales, emocionales, físico motrices y sociales. (Coto ,1971).

Los niños han jugado a través de todos los tiempos y en todas las culturas, anteriormente pasaban su tiempo libre en los parques y en las calles de las ciudades jugando al aire libre, sin embargo en la actualidad, en países como el nuestro el crecimiento desmesurado de las ciudades; la desaparición de los barrios y los terrenos baldíos; la pérdida de las calles y de espacios para uso peatonal y para la interacción social; el surgimiento y crecimiento de la circulación vehicular; la falta de seguridad; las viviendas reducidas; el trabajo femenino y tantos otros factores, se han conjugado para cambiar lo que probablemente no hubiera podido producir, ninguno de éstos factores por separado: **la brusca disminución del juego libre de los niños.** (IPA, Internacional Association of the Child's Right to Play. 1971).

Las razones por las que los niños han dejado de jugar, el tiempo suficiente para su desarrollo integral, las podemos agrupar de la siguiente forma:

1. Los niños económicamente débiles que están trabajando. El 53 por ciento de mil 40 trabajadores menores de edad en la Central de Abasto fluctúa entre los 14 y 16 años. Hay ocho grupos de trabajadores, carretilleros , ambulantes, preparadores de alimentos; los que trabajan en el área de flores y hortalizas, los recolectores o pepenadores hijos de recolectores que habitan cerca de la central de abasto, el grupo de aseadores de calzado y de lavacoche, trabajadores en bodega y trabajadores sexuales. (INEGI , 1996).
2. La TV ha venido a desplazar en gran medida al juego y muchos niños dedican sus tiempos libres a estar frente al televisor expuestos a un enorme grado de violencia física, verbal o simbólica que contiene la mayoría de los programas. En los países desarrollados se transmiten en promedio 670 homicidios y 30 torturas al día, además de que cada hora son transmitidas 17 agresiones físicas o verbales. (Ramírez, 1998). El 85% de los programas de entretenimiento en la T.V. tienen una u otra forma de violencia.

En un estudio llevado a cabo en la Ciudad de México, se observó que los niños que ven T.V. de media hora a cuatro horas diarias, tienen mayor dificultad para concentrarse en los estudios y menor capacidad creativa. El desarrollo y desenlace de cada episodio de los programas de T.V. se lleva a cabo en un periodo de cuatro minutos, esto con el propósito de que el espectador no abandone la televisión. (Centro Escolar Cedros, 1989).

3. La preocupación de los padres por el futuro de sus hijos y la presión social, también ha incidido en la disminución del tiempo que los niños pueden dedicar al juego, ya que están sometidos a una preparación excesiva, para estar aptos para competir y tener éxito para cuando sean mayores, repitiendo un sin fin de veces las indicaciones de los adultos.(IPA 1971).
4. Los padres, madres o familiares llevan a los niños a los *centros comerciales* por necesidad, ya que no tienen con quien dejarlos en casa, o porque consideran que acudir a los centros comerciales en sus tiempos libres es un buen pasatiempo recreativo, esta reflexión es objeto de este estudio.

B.3. Psicología del juego y su importancia en el desarrollo del niño.

La necesidad de juego es universal, la tendencia a jugar está presente en el niño así como en el hombre mayor y es una parte esencial de la existencia humana. Todo mundo esta familiarizado con el juego. Sin juego no hay atractivo en la vida, el juego es una parte esencial de la personalidad del niño, es parte de su vida.

De acuerdo al psicólogo C.C Thomas (1967) todo hombre nace con dos tipos de tendencias: instintivas e innatas. El juego es una tendencia innata general en los niños, debido a que un número de tendencias como: imitación, constructividad, adquisición, autodefinición, sentido del humor y combatividad, están involucradas y solo se logran en una atmósfera de libertad y espontaneidad con el fin del disfrute. En la primera etapa de la vida, es deseable una experiencia amplia en las actividades del juego, porque contribuye en forma significativa al desarrollo del niño. El juego es una expresión de la actividad constructiva del niño, es una tendencia por medio de la cual, el niño se prepara para la vida futura y experimenta a través de él, libertad y alegría, de esta forma obtiene amplias oportunidades para la expresión creativa, por lo cual es una tendencia constructiva, activa, libre y autoinspiradora que está incorporada al género humano desde su nacimiento.

Significado y definición del juego

El término juego se deriva de la palabra *iocus* que significa diversión, recreo, recreación basada en diferentes combinaciones de cálculo o en la casualidad, garantizar, soportar, tomar un riesgo o el dedicarse a un propósito único. El concepto moderno de juego está relacionado con la interacción del hombre y sus movimientos, el movimiento en el hombre es una característica dominante en su vida, el hombre se mueve para vivir, y vive para moverse, viene a ser una parte fundamental de su naturaleza, debido a que su movimiento tiene un propósito, refleja sus necesidades, sus intereses y sus actitudes. (Kaul 1983).

En el juego el movimiento es un reflejo de los componentes totales de la vida. El juego es natural y espontáneo al igual que el trabajo, más tarde el juego entra en una forma más organizada y compleja, deportes, juegos organizados, en los que el hombre viene a encontrar satisfacción de necesidades más allá del libre disfrute del movimiento. El juego en el niño es un medio y un fin en sí mismo, es una actividad y una tendencia creativa que está señalada por la espontaneidad, la libertad y el placer como sus características principales.

Froebel (cit. por Chateau, 1959 y por Floria, Fenollosa, Hernández, Mijón, Roca, 1978) comentó, que el juego es la fase más alta del desarrollo del niño, es la forma más pura y espiritual de las actividades humanas, en esta etapa y al mismo tiempo, es típica de la vida humana, como un todo de la naturaleza interna del hombre; da disfrute, libertad, descanso interior y exterior y paz con el mundo, es la fuente de todo lo que es bueno. De acuerdo al conocido educador llamado Sutton Smith (1971), el juego es espontáneo, creativo y divertido, en el cual el hombre encuentra la mayor expresión propia y señaló, que el juego es la manifestación profunda de las actividades creativas

El Juego como un Instrumento en el Desarrollo del Niño.

La importancia del juego en el desarrollo de la personalidad es universalmente reconocida, además de ser considerado como una de las necesidades básicas en el ser humano, el juego y las oportunidades de recreación, le dan al niño placer mezclado con satisfacción emocional, sin embargo en un principio el niño no se puede concentrar en un objeto en particular, busca cambios frecuentes y variedad. Cuando dibuja algo en la pared, lo hace debido a un deseo de expresarse así mismo, de acuerdo al objeto que tiene en su mente, si se desarrolla adecuadamente en esta etapa, estos impulsos pueden llevarlo a convertirse en un artista (Kaul, 1983).

De acuerdo a Govil (1984) los intereses que puedan tener los niños en otras actividades recreativas y deportivas además de las académicas, lo ayudan a desarrollar sus facultades para las artes o los deportes, lo cual apoya el desarrollo de su personalidad hacia un talento en particular, asimismo, canaliza su energía hacia una dirección positiva. De esta manera gradualmente desarrollan el razonamiento, la autoconfianza y la autosatisfacción, conforme crecen (de los 12 a los 16 años) amplían la esfera de sus actividades en grupo, con lo cual aprenden la disciplina necesaria para participar en un equipo, la necesidad de ajustarse, amoldarse y la importancia del compromiso común.

El Juego como un Instrumento del Crecimiento del Niño

Para los niños el juego es una actividad indispensable y esencial, esto ha sido aceptado por todas las sociedades desde el comienzo de la civilización, como se ha comprobado por medio de los artefactos de edades muy remotas que se han encontrado en excavaciones, por ejemplo en San José del Mogote del 1200 A.C., en el Valle de Etla en la Sierra Mixteca Zapoteca en Oaxaca, Fernández, (1997). Se han hallado en las tumbas de los niños una gran variedad de miniaturas de carros, utensilios, herramientas, y "tejos" que podrían haber sido fichas de diferentes formas, elaboradas con barro que posiblemente eran utilizadas para jugar rayuela, que evidentemente fueron utilizados por ellos como juguetes y que deseaban les acompañaran en la otra vida para que continuaran jugando.

Las escrituras antiguas, también resaltan la importancia del juego en las primeras edades; asimismo filósofos como Platón y Aristóteles y educadores como Comenius, Rousseau, Pestalozzi (cits. por Piaton, 1989) y Froebel (cit. en Cuellar,1992), han resaltado la importancia del juego, todos ellos en su propio estilo, como una ocupación natural de la infancia y como un importante instrumento del aprendizaje.

El filósofo alemán Karl Groos, (1896, 1899) en sus obras: *El juego de los animales* y en *El juego de los hombres*, (cit. en Chateau, 1959) sostenía que el juego es un ejercicio preparatorio y que presenta una significación funcional. Del mismo modo, según Claparede, (cit. en Chateau, 1959, en Drottens, 1956 y en Floria, et al, 1978), el juego tiene como función el permitir al individuo realizar su yo, desplegar su personalidad, seguir de forma momentánea la línea de su mayor interés, en el caso de que no pueda hacerlo recurriendo a las actividades serias. El juego es la forma natural de la actividad infantil.

Sin embargo aunque el juego es un comportamiento que se puede observar y medir con precisión, existen pocos acuerdos generales acerca de la definición y la motivación psicológica y biológica sobre el juego.

Dewey (1930) (cit. por Drottens 1956 y por Floria et al, 1978) definieron el juego como una actividad realizada en forma no consciente, efectuada sin buscar otro resultado que el juego mismo, sin embargo él creía que el juego es más que una actividad física, ya que mientras el niño juega acumula una serie de conceptos y un significado del mundo, los cuales son indispensables para el crecimiento intelectual.

Parten (1932) (cit. en Floria et al, 1978) en su estudio clásico de preescolares, descubrió que la participación social en el juego se incrementa conforme aumenta la edad, ella identifico seis categorías sociales de juego, las cuáles enumeró, pero no definió:

- Comportamiento sin ocupación
- Juego solitario
- Comportamiento con ocupación
- Juego paralelo
- Juego asociado
- Juego cooperativo

Este sistema de categorías, aunque todavía en uso, ha sido modificado y refinado por los investigadores y estudiosos del comportamiento del juego.

El niño juega no solo porque es joven, si no por que prepara, mediante sus juegos, su futuro desarrollo. No solo es una actividad funcional sino también una actividad preparatoria. Estimula el crecimiento de los órganos, mantiene las actividades adquiridas recientemente y ejerce una acción catártica sobre los instintos nocivos alcanzarlos o incluso sublimarlos. Bouchet, (1933); (cit. en Floria et al, 1978)

Eduard Claparede (1873 – 1940), (cit. en Chateau, 1959), parte de un principio de auto regulación de homeóstasis en el que dice que todo organismo vivo es un sistema que tiende a conservarse intacto....en el momento en que su equilibrio interior (psicoquímico) se rompe y empieza a disgregarse, realiza los actos necesarios para su reparación. Esta ley se aplica, según él, al campo mental. También en este dominio la vida es el perpetuo ajuste de un equilibrio constantemente roto. Esta ruptura es una necesidad. Cada necesidad posee la propiedad de desencadenar las relaciones necesarias para satisfacerla.

En consecuencia, se han deducido diez leyes de la Conducta de acuerdo con Claparede:

1. *Ley de la necesidad.* Toda necesidad tiende a provocar las reacciones necesarias para satisfacerla. Corolario es: La actividad siempre está suscitada por una necesidad; éste es el motor de nuestra conducta.
2. *Ley de la extensión de la vida mental.* La ley de la necesidad es una ley biológica; no es una ley psicológica propiamente dicha. Sin embargo, debemos considerarla entre los medios de regulación del equilibrio vital, ya que los hay que implican cierta conducta. La conducta, la vida mental, tiene por función remediar la insuficiencia y adaptación del organismo, de donde se desprende la siguiente ley: El desarrollo de la vida mental es proporcional a la diferencia que existe entre las necesidades y los medios para satisfacerlas. Si la diferencia es nula (ejemplo: la respiración), no existe actividad mental alguna. Si es muy grande (ejemplo: el hambre), la actividad mental es muy intensa (busca medios e inventa los instrumentos necesarios para procurarse alimento).
3. *Ley de la toma de conciencia.* Es el corolario de la ley precedente. El individuo toma conciencia de un proceso, de una relación o de un objeto, tanto más tarde cuanto que su conducta halla implicado más pronto y durante más tiempo el empleo automático, inconsciente, de ese proceso, de esa relación o de ese objeto. Tiene como contra partida la ley de la pérdida de conciencia: a medida que un acto se automatiza, se convierte en inconsciente.
4. *Ley de anticipación.* Toda necesidad que, por su naturaleza, corra peligro de no poder ser satisfecha de forma inmediata y cuya satisfacción exija la intervención de la actividad mental, aparecerá el primer lugar.

5. *Ley del interés.* Si nuestra conducta en el plano biológico está dictada por las necesidades, lo estará por nuestros intereses. El interés es lo que nos importa en un momento dado, lo que posee valor de acción por que responde a una necesidad. La ley de la necesidad puede, en términos psicológicos, expresarse, desde este momento, por la ley del interés: toda conducta es dictada por interés, toda acción consiste en alcanzar al fin que nos interesa en el momento considerado. Claparede denominaba “interés” a lo que causa la activación de ciertas acciones, dicha causa no es solo la necesidad ni solo el objeto; es el objeto de su relación con la necesidad; la reacción efectiva es la resultante de la acción combinada de la necesidad y los estímulos externos, esta síntesis causal es el interés.
6. *Ley del interés momentáneo.* A cada instante, un organismo actúa siguiendo la línea de mayor interés.
7. *Ley de reproducción de lo semejante.* Toda necesidad tiende a reproducir las reacciones (o situaciones) que le han sido favorables con anterioridad, a repetir la conducta que precedentemente ha triunfado en una circunstancia parecida.
8. *Ley del tanteo.* Cuando la situación es tan nueva que no evoca asociación alguna de similitud, o cuando la repetición de lo semejante es ineficaz, la necesidad desencadena una serie de reacciones de búsqueda, reacciones de prueba de tanteo.
9. *Ley de la compensación.* Siempre que el equilibrio perturbado no pueda restablecerse mediante una reacción adecuada, queda compensado por medio de una reacción antagónica a la desviación que suscita.
10. *Ley de la autonomía funcional.* En cada momento de su desarrollo, un ser animal constituye una unidad funcional es decir, que su capacidad de reacción se ajusta a las necesidades.

Con base en estas leyes, Claparede nos habla del juego y señala en su libro *Psicología del niño y Pedagogía Experimental* “Tuve la gran suerte, de que cayese en mis manos la estupenda obra de Karl Groos, *Die Spiele Der Tiere*, que abrió a mi espíritu a horizontes nuevos, así vislumbre en un instante de iluminación lo que debía de ser el fundamento del arte pedagógico, es decir, la explotación de las tendencias naturales del niño, sobre todo, *la tendencia al juego*”. Cit. por Floria et al. (1978)

Por otra parte, desde el punto de vista psicoanalítico denominado por la ideología de Freud, (1955), se plantea que el juego es motivado básicamente por los principios de placer, de acuerdo a esta teoría, la satisfacción de los deseos se logra mediante el juego. Mientras el niño juega es capaz de moldear la realidad para obtener gratificación, esta escuela también sostiene que el juego tiene un valor terapéutico, al ayudar a los niños a superar experiencias desagradables.

Además, la educadora María Montessori (1961), dice que el niño cuando juega está en un estado de completa armonía, tal como sucede en la ley básica de energía de la actividad continua, que se manifiesta en muchos aspectos de la naturaleza, parece la actividad infinita de la corriente del agua de un arroyo del crecimiento de los árboles, citado por Kaul, (1983).

De esta manera, llegamos a que el juego es una asimilación de la realidad, al yo en el doble sentido del término: en el sentido biológico de la asimilación funcional la cual explica el por qué los juegos de ejercicio desarrollan los órganos y las conductas y en el sentido psicológico de una incorporación de las cosas a la actividad propia (Piaget, 1962) quien identifica tres etapas del juego: Juego funcional, Juego simbólico y Juegos con reglas. Estos niveles de juego, son paralelos a la descripción de Piaget de los niveles de desarrollo intelectual.

Por otra parte Smith (1971), aborda la definición del juego desde una perspectiva diferente, él sostiene que los niños juegan para comparar sus habilidades, así que el placer del juego, es el placer de dominar una actividad o tarea, según esta teoría el análisis del juego debería involucrar la ordenación de las fuerzas sujetas a comparación, de acuerdo al desarrollo de las tareas en el niño.

Considerando la amplia gama de puntos de vista, no es posible llegar a una conclusión o definición simple del juego, sin embargo, hay un acuerdo común sobre las características del juego que lo hacen distinguirse de otros comportamientos, sobre esta base, el juego puede ser considerado como un comportamiento con una iniciación propia, esto es activo, espontáneo, que genera diversión, sin un propósito y ligado al comportamiento exploratorio y el aprendizaje.

El juego es a la vez una actividad social y cognitiva. Los cambios en el tipo de juego en el que los niños se comprometen, reflejan su desarrollo. A través del juego, los niños ejercitan sus habilidades físicas, crecen cognitivamente y aprenden a interactuar con otros.

Los padres tienen influencia en la conducta de los niños en parte, a través de recompensas y castigos, como castigo no comprarles nada cuando los llevan de tiendas. Las recompensas (llevarlos a un parque) son generalmente más efectivas que los castigos. El amor de los padres, es la influencia, más importante en la madurez social, que los niños mostrarán como adultos. Tener amigos es una experiencia importante, que ayuda a los niños a desarrollarse y contribuye a su salud mental; la habilidad de los niños para hacer amistades a menudo refleja las relaciones que han tenido con sus padres (Nolte, 1998).

Loris Malaguzzi (1990, 1992) en la ciudad de Reggio Nell'Emilia en el norte de Italia en su "Escuela de Juegos", aplicando los métodos de Montessori (1961) y Piaget (1954), basados en la fusión de sus principios de educación con relación a la espontaneidad individual y al esfuerzo del grupo; propone que en lugar de obligar a los niños a que hagan cosas que los adultos consideran importantes y que repitan indefinidamente lo que ellos dicen, "hay que darles oportunidades de involucrarse en actividades que les gusten", en la escuela de juegos, jugar es una de ellas, (cit. en Goleman, Kaufman y Ray, 2000)

El juego está determinado por las siguientes conductas: (Papalia y Wendkos, 1995):

- *Exploración.* - Es parte de la motivación, que es la fuerza que activa y dirige el comportamiento y que subyace a toda tendencia por la supervivencia. Las emociones son reacciones subjetivas al ambiente, que van acompañadas por respuestas neuronales y hormonales.
- *La activación,* es un estado fisiológico que experimentamos como capacidad para procesar información, reaccionar ante una emergencia y experimentar una gran variedad de emociones.
- *La exploración y la curiosidad,* es un deseo de aprender cosas nuevas sobre nuevos hechos y objetos. Los seres humanos son animales curiosos, que al parecer se activan según la manera de procesar la información, sin ninguna recompensa, excepto la satisfacción de su curiosidad, (Papalia y Wendkos 1994).

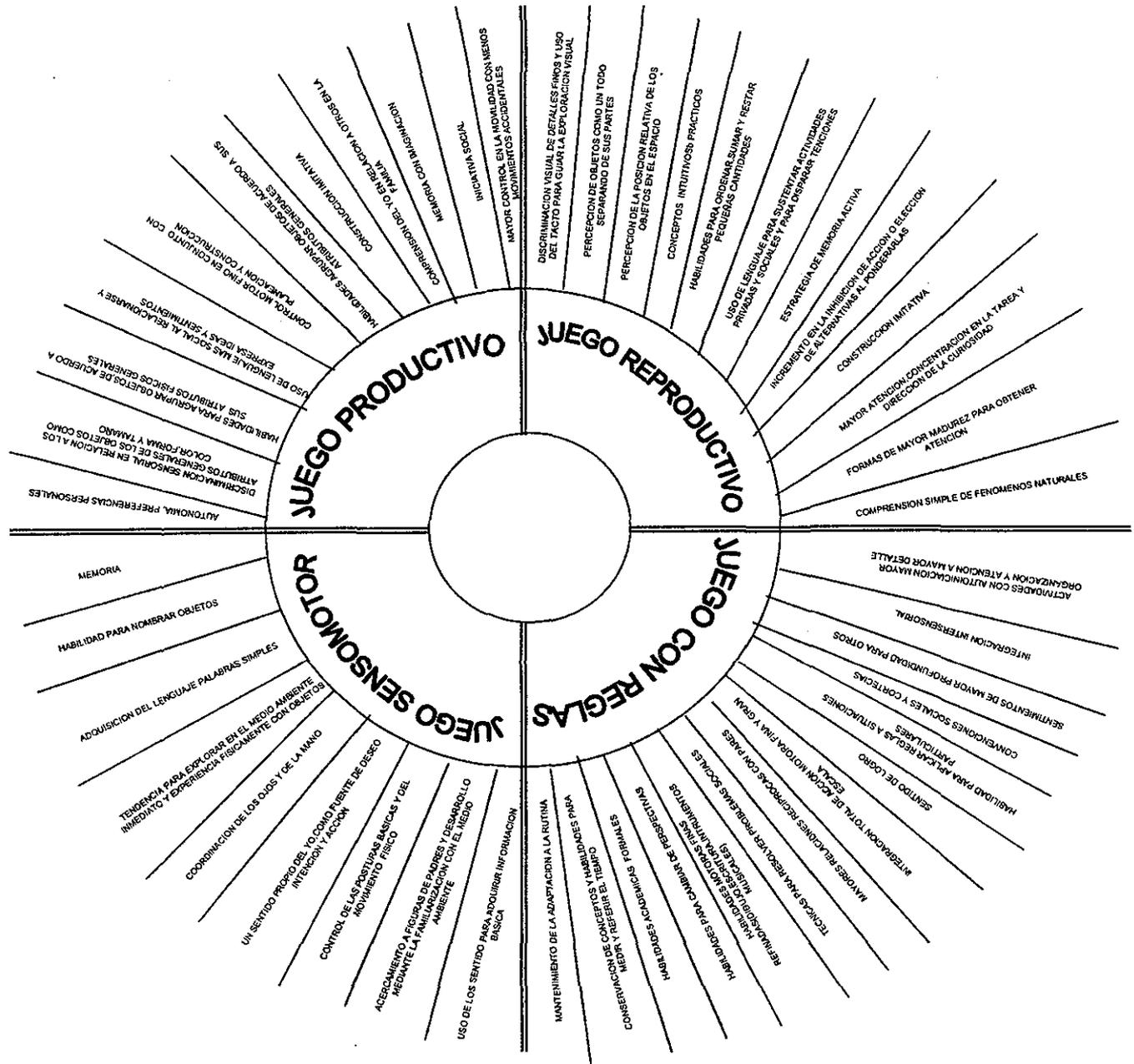
A continuación se presenta un cuadro con el desarrollo de competencias a través de los diferentes niveles del juego de Butler (1978).

1. Senso motor.	Los niños desarrollan a través del juego sus habilidades sensoriales y motrices.
2. Productivo.	Desarrolla conductas creativas como la imaginación, la memoria, la iniciativa social.
3. Reproductivo	Los niños imitan las conductas que ven, aprendiendo de ellas más que de aquello que se les dice.
4. Juego con Reglas	Desarrolla las capacidades para adaptarse al grupo y las convenciones sociales, a ser responsable y comprometido y a relacionarse con los demás.

DESARROLLO DE COMPETENCIAS A TRAVES DE LOS DIFERENTES NIVELES DEL JUEGO.
Butler, A. L. (1978)

JUEGO SENSORIOMOTOR	JUEGO PRODUCTIVO	JUEGO REPRODUCTIVO	JUEGO CON REGLAS
USOS DE LOS SENTIDOS PARA ADQUIRIR INFORMACION BASICA	AUTONOMIA, PREFERENCIAS PERSONALES	DISCRIMINACION VISUAL DE DETALLES FINOS Y USO DEL TACTO PARA GUIAR LA EXPLORACION VISUAL	MANTENIMIENTO DE LA ADAPTACION A LA RUTINA
ACERCAMIENTO A FIGURAS DE PADRES Y DESARROLLO MEDIANTE LA FAMILIARIZACION CON EL MEDIO AMBIENTE INMEDIATO.	DISCRIMINACION SENSORIAL EN RELACION A LOS ATRIBUTOS GENERALES DE LOS OBJETOS COMO COLOR, FORMA, TAMAÑO	PERCEPCION DE OBJETOS COMO UN TODO SEPARANDO SUS PARTES	CONSERVACION DE CONCEPTOS Y HABILIDAD PARA MEDIR Y REFERIR EL TIEMPO
CONTROL DE LAS POSTURAS BASICAS Y DEL MOVIMIENTO FISICO	HABILIDAD PARA AGRUPAR OBJETOS, DE ACUERDO A SUS ATRIBUTOS FISICOS GENERALES	PERCEPCION DE LA POSICION RELATIVA DE LOS OBJETOS EN EL ESPACIO	HABILIDADES ACADEMICAS FORMALES
UN SENTIDO PROPIO DEL YO, COMO FUENTE DE DESEO, INTENCION Y ACCION	USO DE UN LENGUAJE MAS SOCIAL AL RELACIONARSE Y EXPRESAR IDEAS Y SENTIMIENTOS	CONCEPTOS INTUITIVOS PRACTICOS	HABILIDAD PARA CAMBIAR DE PERSPECTIVA
COORDINACION DE LOS OJOS Y DE LA MANO	CONTROL MOTOR FINO EN CONJUNCION CON PLANEACION Y CONSTRUCCION	HABILIDAD PARA ORDENAR, SUMAR Y RESTAR PEQUEÑAS CANTIDADES	HABILIDADES MOTORAS FINAS REFINADAS (DIBUJO, ESCRITURA, INSTRUMENTOS MUSICALES)
TENDENCIA PARA EXPLORAR EN EL MEDIO AMBIENTE INMEDIATO Y EXPERIMENTAR FISICAMENTE CON OBJETOS	HABILIDADES AGRUPAR OBJETOS DE ACUERDO A SUS ATRIBUTOS GENERALES	USO DEL LENGUAJE PARA SUSTENTAR ACTIVIDADES PRIVADAS Y SOCIALES Y PARA DISIPAR TENSIONES	TECNICAS PARA RESOLVER PROBLEMAS SOCIALES
ADQUISICION DEL LENGUAJE PALABRAS SIMPLES	CONSTRUCCION IMITATIVA	ESTRATEGIA DE MEMORIA ACTIVA	MAYORES RELACIONES RECIPROCAS CON PARES
HABILIDAD PARA NOMBRAR OBJETOS	COMPRESION DEL YO EN RELACION A OTROS EN LA FAMILIA	INCREMENTO EN LA INHIBICION DE ACCION O ELECCION DE ALTERNATIVAS AL PONDERARLAS	INTEGRACION TOTAL DE ACCION MOTORA FINA Y A GRAN ESCALA
MEMORIA	MEMORIA CON IMAGINACION	CONSTRUCCION IMITATIVA	SENTIDO DE LOGRO
	INICIATIVA SOCIAL		
	MAYOR CONTROL EN LA MOVILIDAD CON MENOS MOVIMIENTOS ACCIDENTALES	MAYOR ATENCION, CONCENTRACION EN LA TAREA Y DIRECCION DE LA CURIOSIDAD	HABILIDAD PARA APLICAR REGLAS A SITUACIONES PARTICULARES
		FORMAS DE MAYOR MADUREZ PARA OBTENER ATENCION	CONVENCIONES SOCIALES Y CORTESIAS
		COMPRESION SIMPLE DE FENOMENOS NATURALES	SENTIMIENTOS DE MAYOR PROFUNDIDAD PARA OTROS.
			INTEGRACION INTERSENSORIAL
			ACTIVIDADES CON AUTOINICIACION MAYOR ORGANIZACION Y ATENCION A MAYOR DETALLE

Este círculo concéntrico que proviene de los datos de la gráfica anterior de Butler (1978) representa al juego como el centro y como el inicio del desarrollo del niño.

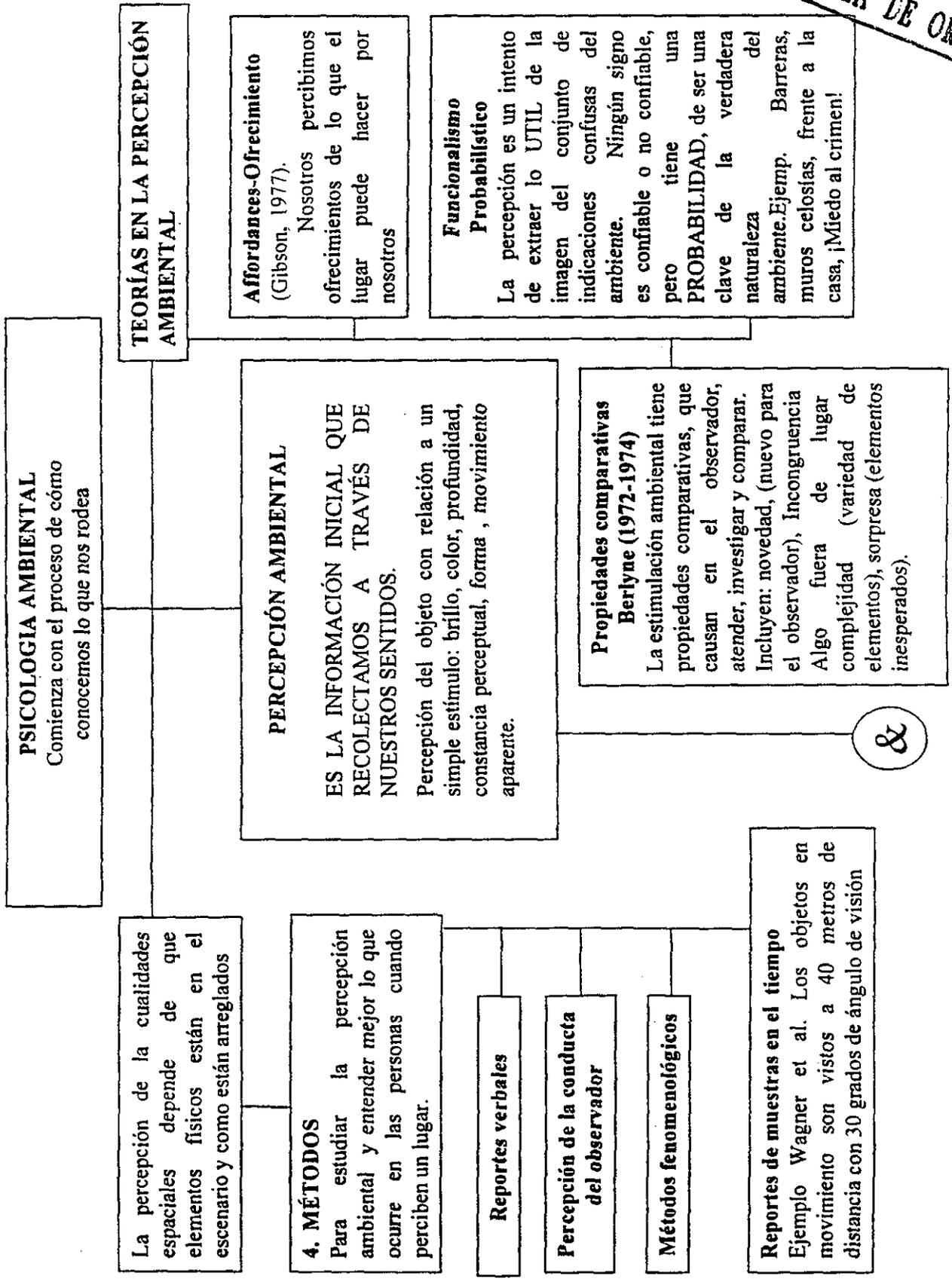


C.4. Demostración de la continuidad lógica, del proyecto de investigación.

La psicología ambiental, estudia la interrelación entre ambiente y conducta, para ello analizaremos en los centros comerciales y en los parques; el proceso de cómo los conocemos y como este conocimiento influye en las conductas de los niños. Este proceso consta de tres grandes pasos para el conocimiento individual a saber Percepción (Ver Diagrama 1, Pág. 14), que va en secuencia con la Cognición, (Ver Diagrama 2, Pág. 23), y a su vez con la Apreciación (Ver Diagrama 3, Pág. 25) y un cuarto paso para el estudio especializado del ambiente. (Pág. 26)

DIAGRAMA I

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



PSICOLOGIA AMBIENTAL
Comienza con el proceso de cómo
conocemos lo que nos rodea

La percepción de la cualidades
espaciales depende de que
elementos físicos están en el
escenario y como están arreglados

**TEORÍAS EN LA PERCEPCIÓN
AMBIENTAL**

PERCEPCIÓN AMBIENTAL
ES LA INFORMACIÓN INICIAL QUE
RECOLECTAMOS A TRAVÉS DE
NUESTROS SENTIDOS.
Percepción del objeto con relación a un
simple estímulo: brillo, color, profundidad,
constancia perceptual, forma, movimiento
aparente.

Affordances-Ofrecimiento
(Gibson, 1977).
Nosotros percibimos
ofrecimientos de lo que el
lugar puede hacer por
nosotros

Funcionalismo Probabilístico
La percepción es un intento
de extraer lo UTIL de la
imagen del conjunto de
indicaciones confusas del
ambiente. Ningún signo
es confiable o no confiable,
pero tiene una
PROBABILIDAD, de ser una
clave de la verdadera
naturaleza del
ambiente. Ejemp. Barreras,
muros celosías, frente a la
casa, ¡Miedo al crimen!

Propiedades comparativas
Berlyne (1972-1974)
La estimulación ambiental tiene
propiedades comparativas, que
causan en el observador,
atender, investigar y comparar.
Incluyen: novedad, (nuevo para
el observador), incongruencia
Algo fuera de lugar
complejidad (variedad de
elementos), sorpresa (elementos
inesperados).

&

4. MÉTODOS
Para estudiar la percepción
ambiental y entender mejor lo que
ocurre en las personas cuando
perciben un lugar.

Reportes verbales

**Percepción de la conducta
del observador**

Métodos fenomenológicos

Reportes de muestras en el tiempo
Ejemplo Wagner et al. Los objetos en
movimiento son vistos a 40 metros de
distancia con 30 grados de ángulo de visión

La descripción de cada uno de los cuadros del Diagrama No. 1, es la siguiente:

I.- LA PERCEPCIÓN AMBIENTAL

Es la información inicial que, recolectamos del ambiente que nos rodea a través de nuestros sentidos, con relación a un simple estímulo, color, brillo profundidad, constancia perceptual, forma, movimiento aparente. Gifford (1987)

Una de las teorías sobre la percepción ambiental que conocemos es la:

1. Teoría de los ofrecimientos “Affordances” (Gibson, 1977). Cuando nos movemos en un lugar, no vemos los espacios como formas, superficies o volúmenes abstractos, (como los arquitectos los visualizan al diseñarlos) nosotros percibimos “ofrecimientos” de lo que el lugar puede hacer por nosotros o “funciones detectables inmediatamente”, es importante mencionarlo ya que en los “ofrecimientos” radica la diferencia de nuestros dos escenarios de estudio: en los parques, hay espacios para correr, subir, bajar, deslizarse, tal vez descubrir o explorar, espejos, fuentes, pastos, montículos etc. con los que los niños interactúan con su propia iniciativa, si los niños ven una resbaladilla en un parque saben en el mismo instante que se pueden deslizar en ella y que en un columpio se pueden balancear o que en un campo de pasto pueden correr y si tropiezan no se van a lastimar; en los parques los niños saben sin que nadie les explique qué es lo que pueden hacer; ellos “detectan instantáneamente” que pueden correr, bailar, cantar, gritar, descubrir, explorar, subir, bajar, trepar, saltar, salpicar, porque el ambiente en los parques les “ofrece” todo un océano de posibilidades.

En cambio en los centros comerciales, aquí radica la gran diferencia,. los niños “detectan inmediatamente,” que el ofrecimiento que les da el lugar es “no puedes pedir lo que quieras porque hay que pagarlo”, los niños dependen de los planes de los padres, que desde luego tienen “ofrecimientos” diferentes, aquí, los niños pueden ver, pedir que les compren, o dar muestras de aburrimiento; porque fuera de los juguetes, lo demás, generalmente no es de su interés.

Munger (1998), afirma que aunque técnicamente, el ambiente es todo lo que es percibido o vive fuera del individuo, es un medio flexible que puede ser alterado para modificar la conducta y es importante saber ¿qué hay en el ambiente, que engendra salud, felicidad y bienestar?.

El ambiente puede ser visto como la interrelación de tres dominios; (Wohlwill, 1978).

El ambiente físico:

Consta de dos elementos: los *naturales*, clima, geografía, plantas, animales, etc. aquí encontramos a los parques y los *manufacturados*; edificios, donde se ubican los centros comerciales, calles, ropa, artículos y objetos en general; ambos experimentados por la vía de los cinco sentidos .

El Ambiente Social:

La gente cambia su comportamiento para hacer lo que otros hacen, y la conducta individual es afectada naturalmente por otras personas. La naturaleza de las relaciones entre las personas varía tremendamente, desde la intimidad que caracteriza la relación padre-hijo, hasta la formalidad entre banqueros y clientes, las dinámicas de grupo, juegan un papel importante en este ambiente. Este ambiente social es diametralmente diferente para los niños en los parques, porque aquí los niños pueden “hacer lo que otros hacen,” simplemente jugar con sus contrapartes de la misma edad, en cambio en los centros comerciales esto no es posible.

El Ambiente Institucional:

Incluye cultura, “Normas y Reglas”, sistemas legales de una sociedad, tales como obedecer el reglamento de tránsito, mantener silencio en las bibliotecas, llevar a cabo procedimientos de evacuación en situaciones de emergencia, etc., esto se refiere al control impersonal, es decir a las reglas entre las personas; así como entre los individuos de un grupo y entre grupos de individuos. Guías de valores en un sistema cultural, donde la gente sabe qué se espera de ella y qué puede esperar de los demás. (Glassner y Freedeman, 1979). Para el estudio que nos ocupa, naturalmente, en este dominio se encuentran los Centros Comerciales, donde hay reglas perfectamente claras “NO se puede tomar nada, si no se paga.” Los niños aprenden las reglas desde pequeños, “NO corras, porque puedes romper algo y hay que pagarlo,” “NO te vayas, porque te puedes perder!” “NO te muevas” “NO te salgas del carrito porque te pueden robar!” Conocen desde pequeños el mundo de los ¡NOS!

2. Teoría del funcionamiento probabilístico (Brunswick E. 1956). Esta otra teoría de cómo percibimos un lugar, nos dice que el ambiente nos ofrece una multitud de indicios al observador, y que él debe cobrar conciencia de ellas, para funcionar adecuadamente en un escenario. Cuando se hizo este estudio y se aplicaron (488) cuestionarios, a niños y a sus padres en los centros comerciales, al explicarles a los padres que se trataba de un estudio de opinión, para saber como jugaban, los niños de los centros comerciales en comparación con los niños que acudían a los parques; la primera respuesta que se obtuvo en forma generalizada fue: -...Pero, “¿Quién va a los parques? ¡Si son peligrosísimos!”.

La utilización de los indicios que nos da el ambiente dice Brunswick, representan el modo en que el observador, percibe cada indicio. La teoría “probabilística” cree que no hay un solo indicio que sea perfectamente seguro ni perfectamente inseguro, más bien tienen una cierta “probabilidad” de tener un indicio certero con relación a la naturaleza del ambiente.

La teoría del funcionalismo consiste en que la percepción es un intento por extraer una imagen útil del ambiente entre los numerosos, potenciales y confusos indicios que nos da y en donde los observadores como agentes activos, buscan intencionalmente, los indicios del escenario que revelan condiciones que pueden “No ser directamente visibles,” por lo que el observador puede errar, sobre estimar o subestimar los “indicios,” que le ofreció el ambiente.

II. LA COGNICIÓN AMBIENTAL. (Ver Diagrama # 2 Pág. 23)

Una vez que percibimos el ambiente físico a través de nuestros sentidos, la información la procesamos, la organizamos, la clasificamos y la almacenamos en nuestro aparato cognitivo, localizado en el cerebro, es entonces cuando lo hacemos de nuestro conocimiento. (Gifford, 1987).

A este respecto existen diferentes teorías:

1. Teoría sobre la fisiología del cerebro.- Las neuronas en el hipocampo están específicamente codificadas para el concepto de "lugar", que conforman las tres dimensiones en el marco euclidiano, y que conocemos como escenarios. En el hemisferio izquierdo del hipocampo, hay un mapa semántico o verbal basado en la palabra. En el hemisferio derecho, se ubica el mapa espacial o de imágenes.

2. Teoría del desarrollo intelectual. Estos cambios pueden describirse de acuerdo a la influyente teoría del desarrollo cognitivo de Piaget (1928)

Jean Piaget divide para mejor comprensión el desarrollo senso-motor en: *Periodos* que comprenden ↔ *Épocas* principales del desarrollo que a su vez contienen ↔ *Etapas* que son una subdivisión de las épocas. (También cuando lo considera necesario le llama subperíodo o subetapa a los mismos.)

Período de 0 a 2 años de la Inteligencia Sensorio motora. Durante este importante primer período, el niño pasa del nivel reflejo de completa in diferenciación entre el yo y el mundo del recién nacido, a una organización relativamente coherente de las acciones sensorio motoras ante su ambiente inmediato. No obstante la organización es enteramente práctica en el sentido que supone simples ajustes preceptuales y motores ante a las cosas, antes que a la manipulación simbólica de las mismas. Este Período comprende seis etapas mayores que a su vez, en algunos casos presentan subetapas.

Período de 2 a 11 años de Preparación y Organización de las Operaciones Concretas. Se inicia con las primeras simbolizaciones burdas que se presentan al final del período sensorio motor y concluye con los comienzos del pensamiento formal durante los primeros años de la adolescencia, incluye dos subperíodos importantes:

Subperíodo 1.- de 2 a 7 años de las Representaciones Preoperacionales. El individuo hace sus primeras tentativas relativamente desorganizadas y vacilantes a fin de enfrentarse a un nuevo y extraño mundo de los símbolos, este se subdivide a su vez en tres etapas:

1ª.-*Etapa de 2 a 4 años* Comienzos del pensamiento representacional

2ª.-*Etapa de 4 a 5 y medio años* Representaciones o Intuiciones Simples.

3ª.-*Etapa de 5 y medio a 7 años* Representaciones o Intuiciones Articuladas.

El trabajo de esta época preparatoria alcanza su objetivo en el período siguiente:

Subperíodo 2 de 7 a 11 años de las Operaciones Concretas. En éste subperíodo la percepción que tiene el niño del medio circundante adquiere lentamente estabilidad y coherencia en virtud de la formación de una serie de estructuras cognoscitivas llamadas agrupamientos. Particularmente en este Subperíodo el niño por primera vez empieza a parecer racional y bien organizado en sus adaptaciones

Período de 11 a 15 años de las Operaciones Formales durante este período se produce una reorganización nueva y definitiva, con nuevas estructuras isomórficas con respecto de los grupos reticulados de la lógica algebraica, en síntesis, el adolescente puede enfrentarse efectivamente no solo con la realidad que se presenta ante él (como lo hace el niño del período precedente), sino tan bien con el mundo de la posibilidad pura, el mundo de los enunciados abstractos, proposicionales, el mundo del "como si". Esta forma de cognición, de la cual Piaget halla considerables pruebas en sus sujetos adolescentes, es el pensamiento adulto en el sentido de que contiene las estructuras dentro de las cuales operan los adultos cuando alcanzan sus logros mas altos desde el punto de vista cognoscitivo, es decir cuando piensan de modo lógico y abstracto.

Por otro lado, con relación al aspecto cognitivo de los niños, Piaget (1962), planteó la teoría cognitiva del juego, para Piaget estas etapas son paralelas a la descripción de los estados de desarrollo intelectual en la cual el juego desarrolla en el niño dos características fundamentales adquisición de experiencia y desarrollo, llamándolos asimilación y acomodación. Por medio de la *asimilación* el niño integra nuevas experiencias con información del medio ambiente en su estructura cognitiva existente, por la *acomodación* crea nuevas estructuras que son necesarias para adquirir nueva información. Piaget clasifica esas dos tendencias como juego e imitación. Él define el juego como una continuidad de *asimilación* y a la imitación, como una continuidad de *acomodación*.

Además, Piaget y Weil, (1951) sugieren que los niños pasan por tres etapas de desarrollo en el conocimiento del ambiente:

1. Primera etapa Pre operacional de los niños (entre los 7 a los 8 años), perciben todo; ciudad, distrito, país, como si fueran aproximadamente del mismo tamaño; y además los perciben como mutuamente excluyentes. Piaget señaló que los niños no comprenden geográficamente o lógicamente que Ginebra está en Suiza. Ellos representan la relación geográfica entre Ginebra y Suiza como dos círculos yuxtapuestos. También lógicamente no entendían que si eran Ginebrinos, también eran Suizos.

2. Segunda etapa Niños (de los de 7 a 8 años hasta los 10 y 11 años) están en el proceso de descentrar e integración de territorios. Estos niños pueden frecuentemente expresar en forma verbal y espacial, que la ciudad se incluye en el país, aunque no entiendan que uno incluya al otro. Los niños en esta etapa pueden demostrar frecuentemente tanto espacial como verbalmente la correcta relación geográfica entre Ginebra y Suiza. Ellos dibujan la relación como un círculo rodeando al otro y expresan verbalmente que la ciudad está incluida en el país. Sin embargo todavía no entienden en forma lógica que una parte que se ensambla dentro de un todo, a su vez forma parte del todo y que por lo tanto podrían ser Ginebrinos y Suizos simultáneamente.

3. En la tercera etapa de operación abstracta los niños obtienen la correcta noción geográfica y de relación. Los niños pueden descentrar territorios de forma que se pueden realizar las relaciones correctas de inclusión, tanto geográficas como lógicas

3. Teoría del estado de vida. Se ha observado también, que la cognición espacial está afectada por nuestra posición individual, la cual a su vez tiene que ver con:

Niño, joven, señor, anciano.	
Familiaridad	Cuando pasamos un tiempo en un escenario, nuestro conocimiento espacial cambia, crece. (Garling, Lindberg y Mantyla, 1983). En los edificios y en el campo (Pearce, 1981), aumentar la familiaridad en un escenario nos da mejor orientación, lo que nos ayuda a aprender nueva información acerca de un lugar.
Experiencia en el lugar	Choferes y pasajeros de un autobús urbano tienen diferencias en el conocimiento espacial. Schouela, Steinberg, Leveton y Wapner, (1980) dicen, que cuando pasamos tiempo en un escenario, nuestra cognición espacial cambia. El cambio más obvio es que nuestro conocimiento crece, no solamente en la cantidad de información sino en la integración y diferenciación de esta información.
Sexo	Diferencias, los hombres incluyen más territorio cuando tienen que elaborar un plano (Windley y Vandeventer, 1982) Los mapas de las mujeres están más centrados en la casa. (Orleans y Schmidht, 1972)

4. Teoría del Desarrollo Cognitivo, nos dice que en cada etapa de la vida las personas, no sólo conocen diferentes cosas sobre el ambiente, sino organizan en forma diferente este conocimiento. (Gifford, T., 1982).

Hart y Moore (1973), (Hart, 1978) señalan que los cambios en la cognición espacial de los niños están relacionados con su crecimiento y desarrollo, ampliándose sus horizontes conforme a su evolución.

Además, Piaget (1954), Piaget y Inhelder, (1969), expresan que primero los niños son egocéntricos, ellos creen que son el centro del mundo, perciben el ambiente de acuerdo a qué tan cerca se encuentra algo con relación a ellos, si lo pueden tocar o no, o si es parte, o no, de ellos. Posteriormente pueden adoptar una postura desde un punto de vista diferente al suyo, llamada la etapa proyectiva, para orientarse utilizan puntos de referencia prominentes.

A la edad aproximada de 11 años, la mayoría de los niños pueden pensar en términos abstractos, la condición de este cambio en cuanto a la cognición espacial, es la habilidad para poder utilizar conceptos abstractos, como el conjunto de coordenadas euclidianas o el uso de conceptos de dirección como: norte, sur, este, oeste, aunque parece que los niños pasan a través de estas etapas más rápido de lo que los estudios de laboratorio sugieren, a los infantes no se les permite salir solos fuera de la casa (Hart y Moore, 1973). Unos cuantos años más tarde, el jardín o la cuadra donde está la casa son el límite, posteriormente cuando el niño llega a tener una bicicleta todo el vecindario es suyo, como adolescente el horizonte puede ser toda la comunidad.

Estas expansiones de los límites de territorio, que son permitidos a los niños, están acompañados de los cambios en su desarrollo general cognitivo, esto significa, que conforme los niños van creciendo, cambian de manera importante, sus campos espaciales cognitivos como lo expresan Acrelodo (1982), Acrelodo, Pick y Olson (1975) Zube (1980); Cohen., Weatherford, Lomenick, y Koeller, (1979). Además es interesante notar que hay estudios de casos de niños pequeños, que pueden utilizar mapas aéreos; niños de seis años, que hacen juicios espaciales que parece que requerirían de capacidades euclidianas y de perspectiva (Biel, 1982). Contrario a lo que podía suponerse Pazer (1992), observó, que los niños de 5 a 12 años, tienen una idea muy clara sobre que es estar dentro o fuera, como experiencia espacial ya que consideran como lugares interiores, la casa, la escuela y las "tiendas" y como espacios exteriores, los parques, la playa y los campos de juego.

En escenarios familiares, aun los niños más pequeños de tres años y tres medio tienen conocimientos euclidianos (Conning y Byrne, 1984). Posiblemente las habilidades cognitivas de los niños han sido subestimadas porque sus habilidades espaciales, sobrepasan sus habilidades verbales: ellos son capaces de usar un plano o encontrar su camino a casa, pero no son capaces de explicar como lo lograr (Neisser, 1976)

5. **Teoría de la Legibilidad** Lynch (1960). Menciona que la Cognición Ambiental está determinada por la Legibilidad. Esto es, la facilidad con la que un escenario puede ser reconocido y organizado por las personas; esta teoría predice, que un lugar da orientación por lo que es comprendido y usado. Se tiene alta legibilidad por medio de cinco elementos que hacen que crezca el conocimiento de un lugar o escenario:

1. Caminos	La conjunción de vías primarias, secundarias, locales, cerradas etc.
2. Límites	De distritos, propiedades, escenarios. etc.
3. Carácter particular	Características que identifiquen a los distritos o escenarios
4. Nodos	Glorietas, plazas, intersecciones.
5. Puntos de referencia	Puntos de interés que funcionen como señales orientadoras, visibles, que pueden ser edificios, monumentos, etc.

Caminos claros. Generalmente en los Centros Comerciales, los artículos de primera necesidad, se encuentran hasta el fondo del escenario; los niños acompañando a sus papás, perciben, que el camino para llegar a ellos, no es accesible fácilmente y no se encuentran indicaciones precisas; en el recorrido en que es necesario caminar por pasillos en donde se encuentran artículos que no son de primera necesidad; estas características de diseño se encuentran dentro de las más puras y actualizadas reglas de la mercadotecnia, con el objetivo final de incrementar las ventas, estas circulaciones a veces un cuanto tanto laberínticas producen otro tipo de ventas y sobre todo más ventas, si se piensa en el poder conocido por los profesionales de la mercadotecnia como el "Poder de los Niños." La falta de claridad de los caminos produce desorientación. En los Parques, generalmente los caminos son claros, los niños y los papás se sienten orientados y localizan fácilmente el camino que los lleva a las áreas de juegos a las fuentes, a los espejos de agua. etc.

Límites definidos. Esta es otra característica de los nuevos centros comerciales, empiezan con la existencia de una tienda importante, a la que se le va adhiriendo el pequeño comercio, y como su supervivencia depende de las leyes de la oferta y la demanda, aparecen y desaparecen, en el transcurso del tiempo; sin existir los límites claros, y aunque se anexen o se construyan desde un principio otras grandes cadenas de tiendas importantes; Aparecen cambios constantes, en los límites al exterior o en el interior de los comercios con una enorme cantidad, ya sea de productos, ampliándose los pasillos que ofrecen las mercancías por diferentes razones o reduciéndose el número de pasillos, o sea en los límites, cambiando constantemente y observándose falta de claridad. lo que produce desorientación, por falta de Legibilidad (Lynch, 1960, Appleyard, 1976).

Carácter particular. Aunque la fisonomía, interior o exterior de los centros comerciales, tiene una imagen propia, donde la esencia de los mismos reside en la oferta, de cientos de mercancías de diferente índole, y por la mercadotecnia, en donde se exhiben en los anaqueles, y en los mostradores, en un lugar o en otro, en el mismo o en diferente centro comercial; mobiliario que se parece entre sí y que se parece a otros y a unos con otros; y como los muebles están diseñados en forma de módulos, para que puedan ser realmente útiles, para ofrecer flexibilidad y capacidad de adaptación en cualquier escenario comercial; es por estas razones que todo se parece y produce desorientación por falta de legibilidad (Lynch 1960, Appleyard 1976).

Nodos. Estos son glorietas e intersecciones que en el caso de los centros comerciales, serían vestíbulos de distribución a los diferentes departamentos, que conducen en forma clara y orientadora. Si los centros comerciales son de varios niveles generalmente se ubican en las circulaciones verticales, en las escaleras y en los elevadores, no siempre existen estos nodos orientadores y la falta de ellos produce desorientación. (Lynch 1960, Appleyard, 1969)

Puntos de Referencia.- En cualquier tipo de escenario, los caminos claros, los límites precisos, el carácter del lugar, los nodos pueden convertirse en puntos de referencia y se aprenderán primero (Hart y Moore, 1973), o reconocemos el carácter del lugar, aprendemos los caminos, y después los usamos como puntos de Referencia (Lynch 1960 Appleyard 1976) También los Puntos de Referencia pueden ser esculturas monumentales, fuentes, etc., que en los Centros Comerciales, las imágenes simbólicas, que son los puntos de referencia o puntos de Interés, cobran realidad, en algo tan cambiante como son las leyes de la oferta y la demanda, como son pirámides gigantes de botellas, o de latas, o de cajas de galletas. Puntos de Interés que no son constantes, ni permanentes; que no ofrecen orientación y hace que los espacios no tengan Legibilidad.

Un espacio legible es un espacio en el que uno se orienta fácilmente, esto sucede en los parques, los niños ubican los juegos, las fuentes (los puntos de interés), las áreas verdes de pasto para correr, los caminos que los conducen a ellos, saben donde terminan y donde comienzan, conocen bien sus límites, reconocen, cuales son las glorietas o espacios donde encuentran a otros niños. Los parques con árboles, arbustos, pastos o cubre suelos, con lugares de sombra, de sol, de correr y de saltar, los parques tienen un *carácter particular*, que no tiene comparación, sin lugar a duda con otro, dentro de una ciudad.

Hay además dos tipos de hipótesis, de cómo conocemos un lugar:

Hart y G.T. Moore (1973) Moore G. T., (1979) y Siegel y White (1975) dicen que aprendemos primero los puntos de interés o referencia, antes de conocer los caminos, pero otros como Appleyard (1976) y Lynch (1960) dicen que primero aprendemos los caminos y los distritos y usamos los puntos de interés o referencia para orientarnos. Las dos hipótesis parecen ser verdaderas dependiendo del carácter físico del escenario del que hablemos.

Todos alguna vez nos hemos perdido al buscar un lugar y conocemos esa sensación de desamparo y frustración, en los niños esto resulta más evidente dada su reciente llegada al planeta, en el que prácticamente todo les es desconocido y solo a través de su desarrollo irán haciendo suyos los espacios en que se desenvuelven.

Como mencionamos, la legibilidad produce orientación, muchos de los espacios en los centros comerciales carecen de esta legibilidad, provocando desorientación, lo que nos conduce a la frustración, esto sucede en los adultos, nuestro objetos de estudio es observar estas reacciones en los niños.

Buttimer y Seamon (1980) señalan que los lugares sin un significado nos afectan en forma diferente, que aquellos lugares que sí lo tienen y que nosotros tratamos a los lugares sin significado en forma diferente, a aquellos que sí lo tienen. (El significado de los centros comerciales para los niños, es que se les lleva con la promesa de comprarles algo, una “cosa” y generalmente no la obtienen.)

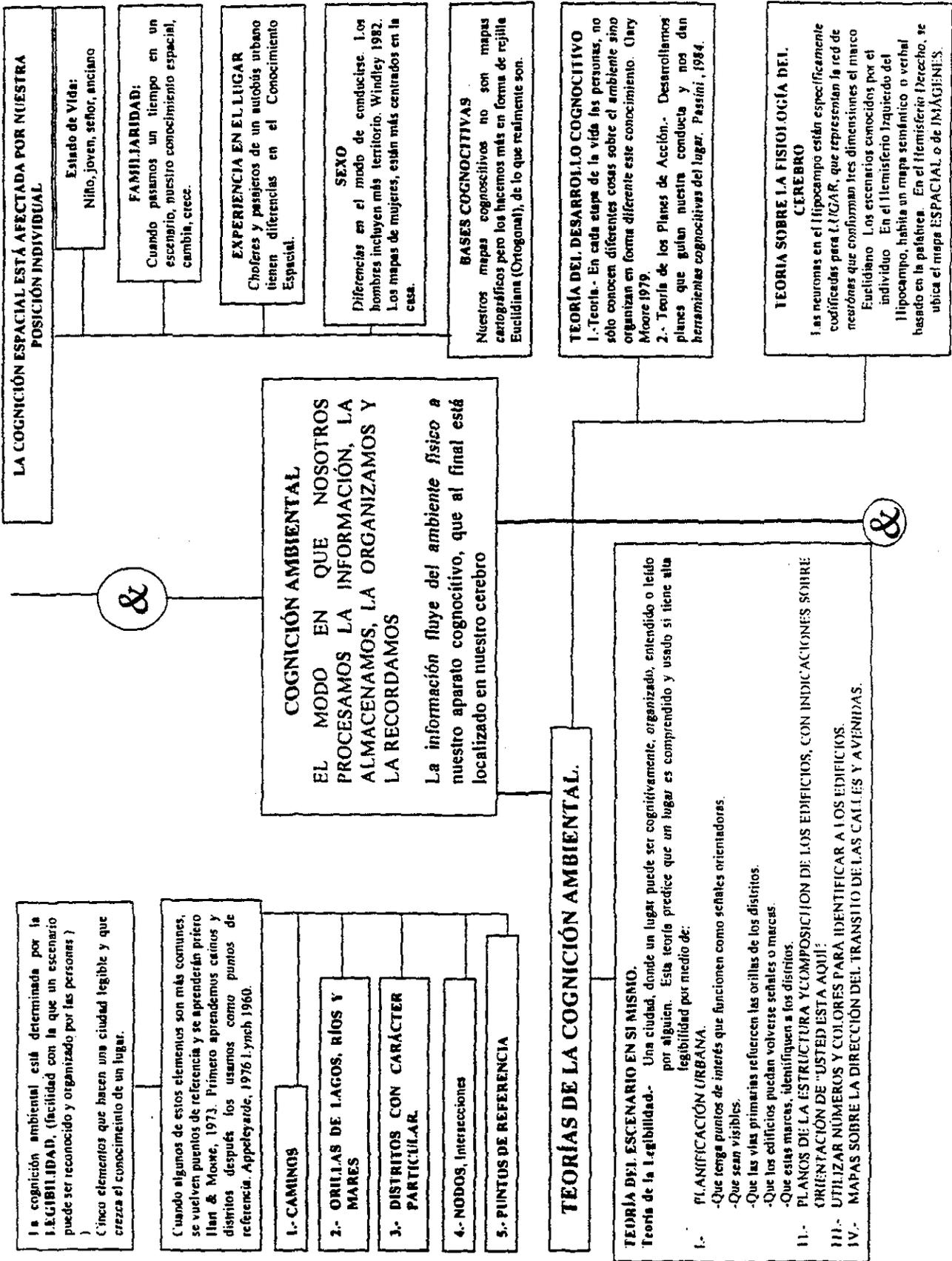
Evans et al (1984) encontraron que un ambiente estructurado como una rejilla, facilita el aprendizaje de los caminos, pero no ayuda a recordar la localización de un lugar en especial, no hay orden espacial y sí desorientación; por otra parte, encontró, que la presencia de puntos de interés ayuda en contraste a la localización de lugares y al orden secuencial, pero es mínimo si no hay un orden estructurado de caminos. En los centros comerciales, el ambiente de los estantes donde se expone la mercancía, está diseñado generalmente estructurado como una rejilla, los puntos de interés, que son la exposición de determinados productos, son marcas ambientales supeditadas a las leyes de la mercadotecnia, cambiantes por temporadas y periodos de tiempo, lo que conlleva a la desorientación y a la frustración.

6. Teoría de los planes de acción. Garling, Book y Lindberg (1984); Russell y Ward (1982). “Desarrollamos planes que guían nuestra conducta y nos dan herramientas cognitivas del lugar”, para los niños esto es posible en los parques, pero no en los centros comerciales, porque los planes los tienen los papás, ellos solo son llevados. Planear un viaje y ejecutarlo es una importante tarea cognitiva, Passini (1984) “y aquí hay una gran diferencia en el conocimiento de ambos escenarios por parte de los niños, ya que en los Centros Comerciales, los niños no tienen ninguna posibilidad, de tener un plan de acción, como fue expuesto anteriormente. En cambio en los Parques, los niños desde que salen de su casa, tienen el plan de “Jugar.”

Baker (1968) y Wicker (1979), formularon la Teoría del Comportamiento Predeterminado, en el cual establecen la noción de pautas de comportamiento consistentes y predeterminados llamados programas; los cuales se encuentran en muchos lugares, por lo cual es factible ver en determinados sitios que en ellos se llevan a cabo actividades recurrentes desarrolladas por las personas con roles específicos.

Brunswick (1956) señala que el medio ambiente ofrece una multitud de sugerencias, el observador deberá darle sentido para que funcione efectivamente como un conjunto; generalmente solo un reducido número de sugerencias, son útiles para el observador. Por lo cual los niños que se encuentran en un nuevo ambiente, un centro comercial, pueden encontrar un ambiente confuso por estar sobre expuestos a tal cantidad de sugerencias, sin tener la capacidad de distinguir cuáles son las importantes.

El tercer paso en la interrelación del ambiente y la conducta es la que nos lleva a la teoría del control del ambiente, que es la “Apreciación Ambiental”.



III. APRECIACIÓN AMBIENTAL. (Ver Diagrama # 3. Pág. 25)

A la forma muy personal de interpretar la información recibida para hacer una evaluación, bonito-feo, agradable-desagradable se le conoce como apreciación ambiental que es el impacto emocional que nos produce un lugar, no sólo por su aspecto en sí mismo, sino por nuestras propias experiencias, que nos con llevan a preferencias y actitudes (Gifford, 1987).

El observador está generalmente conectado al ambiente con un propósito u objetivo. A nivel personal, el pensamiento está afectado por el nivel de estimulación que nos produce el ambiente, en comparación con el nivel de estimulación al que estamos acostumbrados. De acuerdo con Moore G.T.(1978 a, 1978 b) esto depende de tres características:

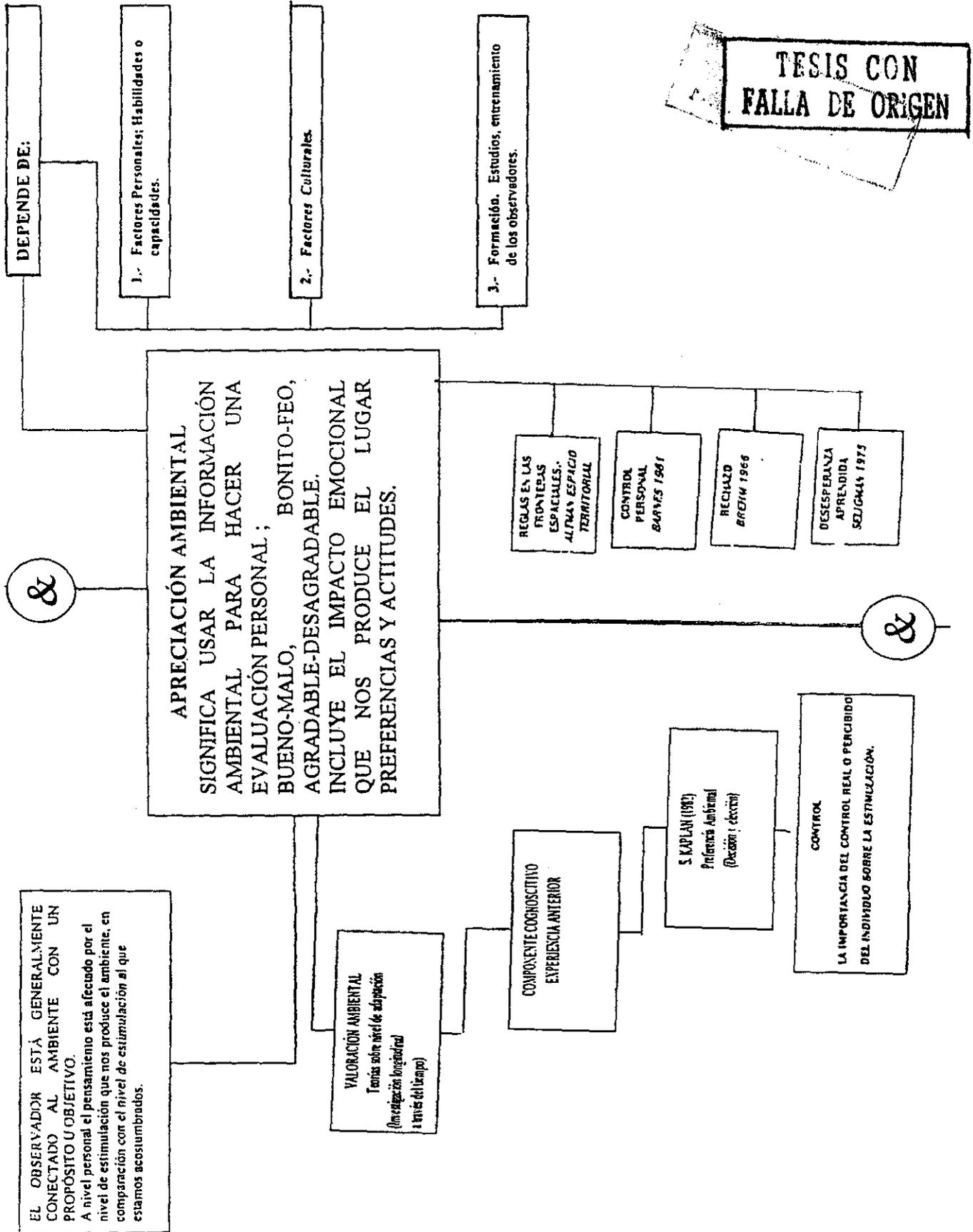
- Factores personales: habilidades o capacidades.
- Factores culturales: comunidad, creencias etc.
- Formación: estudios, experiencia de los observadores.

1. Teoría de la preferencia ambiental. S. Kaplan (1975, 1987) ubica como componente cognitivo la experiencia anterior, de la que se deriva un juicio de valor y nos lleva a una preferencia ambiental, por lo que nos gusta tener la libertad de decisión y elección, la relación entre la posibilidad de decidir y elegir un ambiente.

Esta elección del ambiente, requiere de transacciones entre los individuos y sus escenarios, la teoría sobre este aspecto, provee generalizaciones que le dan orden y significado a observaciones específicas sobre relaciones entre personas y ambiente, tal como lo expresa Barnés (1981), en sus teorías del control personal, que postulan, que aquellas personas que tienen mucho control, sobre la cantidad y tipo de estimulación que se les presenta, están por lo general mejor. Esto sucede cuando los niños asisten a los parques donde pueden jugar, subir, bajar, deslizarse, correr, brincar, ensuciarse, mojarse, etc. que aquellas personas que no tienen este control sobre los estímulos. La falta de control frecuentemente conlleva a una reactancia psicológica.

Brehm (1966) y Siligman (1975).postulan por otra parte, que cuando los individuos que tratan de recobrar la libertad que han perdido, concluyen que es difícil o imposible lograrlo, pueden sucumbir a la desesperanza aprendida; es decir que cuando existe la convicción de que por más esfuerzo que se haga por superar una situación desagradable o dolorosa, esto no se logra, sucumbimos al desaliento.

Esto les sucede particularmente a los niños en los centros comerciales, donde no se les permite tocar, ni tomar nada, ni correr, ni jugar, ni apartarse de sus padres, inclusive hay coches para meter a los niños, o resortes con seguros en los extremos para atar de un lado al adulto del otro lado al niño, o sea ejercer un control total sobre el niño, por temor a que rompan algo o se pierdan.



CENTRO COMERCIAL PLAZA CANTIL

ENTREVISTAS NIÑOS

25-A

NUMERO: _____

OBSERVACIONES:

ENTRE SEMANA ()

FIN DE SEMANA ()

HORA: _____

EDAD: _____

SEXO: M () F ()

- 1.- ¿ Juegas solo ? _____

- 2.- ¿ Juegas solo imaginariamente ? _____

- 3.- ¿ Nunca juegas con otros pero los observas ? _____

- 4.- ¿ No juegas con otros pero les das instrucciones o sugerencias ? _____

- 5.- ¿ juegas entre otros pero no la misma clase de juego ? _____

- 6.- ¿ Juegas con otros y haces exactamente lo que te dicen ? _____

- 7.- ¿ Juegas entre otros y te unes al juego ? _____

- 8.- ¿ Juegas entre otros y escojes ser lider ? _____

- 9.- ¿ Juegas entre otros y escojes seguir a los demas ? _____

- 10.- ¿ Juegas entre otros prestando y compartiendo tus juguetes ? _____

- 11.- ¿ Siempre quieres el juguete que tiene el otro ? _____

- 12.- ¿ Esperas tu turno para jugar ? _____

¿Cómo se sentiría usted si lo metieran en un carrito de super y le dieran vueltas y vueltas por los pasillos de un centro comercial, durante 15 minutos, 30 minutos, 1 hora, 2 horas? ¿Qué le parecería a usted, subirse a un carrito, ser jalado, agarrado de la mano y no soltado, con la promesa de comprarle algo y en la mayoría de las veces, esto no se cumple, por falta de dinero? *La frustración* no siempre produce agresión; sólo lleva a ella si es intensa, inesperada o arbitraria (Barón 1978; Berkowitz, 1989). Los individuos frustrados no suelen volverse agresivos por muy enfadados que estén, a menos que el escenario les predisponga a la agresión, (Berkowitz, 1962) En el escenario pueden estar presentes determinadas señales, que actúan como disparadores de la agresividad latente: una atmósfera que fomenta la violencia, una película violenta, la presencia de armas, que les recuerda cómo usarlas para herir a los demás o una previa animadversión hacia la persona que les ha producido frustración. (Berkowitz, 1970).

Altman (1975) observó que los individuos tratan de lograr el control personal en las interacciones sociales cotidianas, por medio de mecanismos como son los de regulación de límites, espacio personal y la territorialidad.

T. Lee (1968, 1973) encontró que la mayoría de los individuos piensan que su ambiente es benéfico: si les permite completar los quehaceres más importantes de su vida, si logran arribar al umbral de experiencias satisfactorias en una forma constante y si el ambiente les permite evitar estrés y tensión.

Reynolds (1976) y Nicholson (1971) pronosticaron la satisfacción del usuario con la vivienda, considerando como variables predictorias la forma de los edificios, *el espacio de juego y recreo*, el estacionamiento y la densidad de población.

IV. LA EVALUACIÓN AMBIENTAL.

El cuarto paso en esta interacción de ambiente conducta es la *evaluación ambiental* que es la apreciación basada en parámetros y medidas de referencia y actitudes, para lograr hacer una medición objetiva de las cualidades psicológicas de los sujetos en el ambiente, que en nuestro objeto de estudio, se refiere a las conductas de los niños en parques y en centros comerciales.

C.5. Afirmación del propósito y del razonamiento.

Argumentación

Antecedentes sobre las Áreas Verdes.

La percepción de un área verde, es una experiencia en la que entran en relación todos los sentidos en diferentes niveles sensoriales. El sonido, con el susurro de las hojas al moverse con el viento, el murmullo del agua que cae y resbala en una tarde de lluvia, en las temperaturas sobre la piel, el frío o el calor de un día cualquiera, la iluminación cambiante de sus horas; los olores de toda clase de flores y de vegetación. Todo ello determina ambientes diversos, que repercuten en comportamiento y actitudes humanas.

Las ciudades de París y Moscú tienen 25 m² de área verde por habitante, y el 75 % de la Ciudad de México cuenta con un promedio de sólo 1.30 m² (Laguna, 1985) Si tomamos en cuenta los camellones, las áreas verdes en avenidas y cementerios y todos los parques y bosques, la Ciudad de México cuenta con 3.6 m² de área verde por cada uno de sus habitantes.

Las delegaciones políticas de la Ciudad de México con menor número de áreas verdes, espacios recreativos y de esparcimiento son las que tienen mayor número de actos violentos (Laguna, inédito).

Las normas de la Organización Mundial de la Salud sugieren 12 m² de área verde por habitante en las ciudades, para tener una mejor calidad de vida. Cit. por D.D.F. (1970) en Laguna (1985). Heimstra (1976), observó que hay mayor necesidad de sentir una experiencia remota, aislada e inhóspita en las áreas verdes, entre los hombres, que entre las mujeres, así como en las personas que tienen mayor nivel de escolaridad o edad, por lo que se puede concluir que los niños disfrutan enormemente de encontrar con quien jugar en las áreas verdes, del mismo modo, se ha notado que la predisposición del sujeto es también un factor determinante en las satisfacciones que encuentran en las áreas verdes.

Nabhan y Trimble (1994) consideran que el contacto de los niños con la naturaleza puede hacer florecer un sentimiento de acercamiento hacia la tierra y esto a su vez, cultivar la autoestima. En el caso de las áreas verdes urbanas el elemento verde condiciona a las personas hacia una actitud relajante, a tal grado que no sólo se toleran, sino que se permiten conductas que en otros contextos no serían aceptadas socialmente.

Russel y Ward (1981); Baird et al. (1979); Kaplan (1979); Kaplan y Kaplan (1982); Osostendorp y Berlyne (1978) estudiaron la percepción de ambientes naturales o paisajes en una escala multidimensional. Zube (1974, 1976, 1991,) y Lindberg, Hartig, Garvill, Garling, (1976), concluyeron que el paisaje natural y la infraestructura verde de una ciudad, a menudo incluyen respuestas sociales, como convivencia y creatividad.

Los escenarios naturales han sido el foco de muchas investigaciones en psicología ambiental. Schroeder (1982), Zube. y Evans, (1983), Schroeder y Anderson, (1998),, sugieren que la mayoría de los adultos identificaron como los lugares más importantes de su niñez, los espacios al exterior. La experiencia de varias personas reunidas en escenarios naturales, beneficia a los grupos humanos y ayuda a romper barreras sociales, (Dwyert, Hutchinson., Wendling, 1981) y (Driver, Brown, 1983)). Además se ha observado en estudios recientes la preferencia por escenas naturales con mucha vegetación verde y agua Herzog (1984).

También se han identificado muchos aspectos benéficos de las experiencias en ambientes naturales (Kaplan y Kaplan, 1989). Sin embargo, algunas personas que viven cerca de los parques, no los usan (Spott y Stynes, 1985) y el 86% de la población de los Estados Unidos no está relacionada con actividades recreativas en zonas de reserva naturales, (Miles, Good, McDonald, Schultz, y Capella, 1993). Cooper-Marcus (1978) y Tanner (1980) encontraron que las personas expuestas a ambientes naturales durante la niñez, consideran como última elección profesional, las actividades al exterior en ambientes naturales.. Sin embargo tienen una actitud muy positiva hacia el ambiente, (Chawla, 1988; Chawla y Hart, 1988).

Las personas que son aprehensivas y reaccionan negativamente hacia las áreas naturales diseñan sus casas de tal modo que reducen la biodiversidad biológica (Nassauer, 1988, 1992a 1992b; Jenkins, 1994) y éste ambiente limita el desarrollo de importantes experiencias en la niñez, (Hart, 1978; Saegart y Hart 1979).

Kaplan y Kaplan (1989); Hartig, Mang, y Evans (1991); Ulrich., Simons, Losito, Fiorito, Miles, y Nelson (1991), Kaplan S. y Peterson (1993), encontraron que en oficinas y clínicas de salud, la exposición de las personas a ambientes naturales, las provee de beneficios psicológicos y conductuales, ya que se redujo el estrés y estimuló a los ocupantes a sentirse bien.

Moore R. (1980a) investigó que la racionalización en la protección del paisaje natural, basada solamente en los conceptos determinantes del ambiente: conservación de los recursos naturales o las necesidades de la recreación al exterior, han tenido éxito en la protección de la calidad de los valores del paisaje. Las presunciones de cómo las personas usan y se adaptan al ambiente natural, son parte importante del manejo de los recursos naturales.

Los últimos estudios sugieren que ver escenarios naturales estimula el sistema Parasimpático y tiene un efecto calmante en las personas bajo estrés. Hartig, Mang, y Evans (1991), Ulrich, Simons, Losito, Fiorito, Miles, y Zelson, (1991), propusieron la teoría de que tales efectos podrían tener una base evolutiva de la selección natural y favorecer aquellos que se relajan en un escenario natural "Hipótesis Biophilia". Otros estudios sugieren que la percepción de las características de las áreas naturales, puede jugar un papel importante al reducir el estrés y otros aspectos negativos de la vida urbana agitada Kaplan y Peterson (1993) y ayudan a recobrase de las enfermedades Ulrich (1993).

Gifford (1976a, 1976 b) la atención no siempre se centra hacia el ambiente físico, ya que de hecho frecuentemente se dirige hacia otras personas o introspectivamente hacia nosotros mismos, llegando en algunos casos a prestarse muy poca atención al medio físico, aunque éste provoque cierto malestar, esto se da cuando surgen algunos aspectos más intensos como es la atención de un amigo, la concentración en la lectura, la abstracción en un problema y la ensoñación; mismas que absorben el control de nuestra atención; esto es importante partiendo de que nuestra hipótesis es, que los niños en los parques centran su atención hacia otros niños, favoreciendo la sociabilidad, pues ahí van con el objetivo de jugar, posibilidad que no se dan en un centro comercial

Las áreas naturales proveen un importante y amplio rango de desarrollo de experiencias en los niños Moore R.. (1989b); Moore R..y Young, (1978); Kaplan y Kaplan (1989) proponen que una atención prolongada a una tarea, con lleva a una fatiga de atención directa que es aliviada en ambientes naturales.

Las áreas destinadas al juego de los niños en parques y escuelas en Latinoamérica, siguen el esquema tradicional de espacios planos y libres, diseñados en el Siglo XVII, en donde lo más importante eran las tablas de ejercicios militarizados, la propuesta de diseño para áreas verdes a finales del Siglo XX y comienzos del XXI son lugares de sombra, lugares de sol, lugares frescos, con pisos suaves, con espacios cubiertos y abiertos, espacios de aventuras, de descubrimiento, de exploración, de trepar, de deslizarse, de esconderse, de encontrar, en fin, de oler, sentir y escuchar, de tocar, de ver, imaginar, soñar, reír y cantar de un modo, sobre todo muy divertido. (IPA, International Association for the Child's right to Play, 1991)

En el diseño de ambientes públicos para los niños, uno de los temas más ignorados lo constituyen los árboles y la vegetación La vegetación es intrínsecamente interesante como escenario de juego y una gran fuente de propósitos de juego. Incluyendo hojas, flores, frutas, nueces, semillas y varas (Moore, R., 1986c) Marca el paso de las estaciones, introduciendo un sentido del tiempo en el ambiente del niño. Estimula la exploración y descubrimiento, la fantasía y la imaginación y provee un escenario ideal para juegos de representaciones (Kirkby, 1987), juegos de esconderse y juegos de encontrar como "las escondidillas" (Talbot, 1985). Las especies de plantas son importantes elementos de identificación y por ende elementos orientadores.

En una encuesta realizada a niños ingleses en la que se les preguntó cuáles eran sus lugares favoritos, por medio de dibujos: los patios de juego en las escuelas y el mobiliario de juego en los parques fueron el segundo punto más mencionado de los niños. (Moore R., 1986a). En un distrito como el centro de Londres, aun los juegos con un diseño pobre y tradicional, como columpios tubulares, sirvieron como lugar de reunión. Cuando hay facilidad de llegar a ellos desde sus casas, los mobiliarios de juego son usados si ofrecen posibilidades diferentes para escoger juegos diversos. Los campos de juego localizados en los parques fueron especialmente populares porque eran usados con otras partes del escenario de parques: Los árboles para trepar, el movimiento del agua, monumentos, jardines de flores y la vegetación natural (Moore R., 1986a)

Los árboles y la vegetación dan una mayor variación espacial y de texturas a los diseños de juegos (Moore R., 1976). La transición del interior al exterior puede suavizarse con vegetación especialmente para las personas cuyos ojos se ajustan lentamente a los cambios de nivel luminosos y resplandor. El uso de material vegetal a lo largo de los caminos crea una secuencia compleja de texturas, olores, luces, sombras y colores. Los árboles agregan un ambiente positivo a los escenarios de juego por medio de modificaciones a la luz, color, texturas, fragancias y suavizan la definición de los límites, impactos estéticos que tanto niños y adultos valoran (Moore R., 1989)^a. Los árboles caducifolios robustos pueden reducir el impacto de las fuertes lluvias y ampliar el periodo de goteo. El sistema de raíces superficiales amalgama el terreno y ayuda a resistir la erosión.

Los niños tienen una atracción especial por los elementos naturales cuando se combinan con los manufacturados (Masom, 1982). El diseño deberá enfatizar la integración del material vegetal; en los escenarios de juego, en lugar de crear "áreas naturales" segregadas.

Antecedentes sobre los Centros Comerciales

De acuerdo al estudio realizado sobre Parques y Jardines en la Delegación Benito Juárez (Laguna, 1985), en la Ciudad de México, del porcentaje total de la población de esta delegación, el 23.59 % eran niños hasta de 9 años de edad y de este porcentaje sólo el 10 % acudía a los parques a jugar. Ante esta situación cabe la reflexión de: ¿Dónde se encontraban los demás niños, qué actividades estaban realizando?.

La respuesta a estas preguntas podría encontrarse en las investigaciones de mercadotecnia realizadas en EE.UU. que arrojan datos sorprendentes. Nos referimos a ellos debido a que el material disponible procede de referencias de ese país, que han influido en los patrones de conducta de otros países como México (Ver Esquema I, Pág. 32 de .Mc Neal, 1992). En este esquema podemos observar que el mercado económico ha sufrido una transformación. Los niños como consumidores representan \$766.31 billones de dólares en la economía de E.U. Y además los niños también son "influenciadores" del mercado dándole dirección por lo menos a otros \$130 billones de dólares de compras de los padres. No estamos aquí hablando de una influencia pasiva, donde las madres ven una determinada marca de pantalones de venta en la tienda de departamentos y deciden comprarlos porque saben que a sus hijos les gusta esa marca. Nos estamos refiriendo acerca de que el niño y alrededor de otros 77 millones de niños de E.E.U.U. requieren, sugieren y demandan una marca específica, para cada producto.

Para que los niños sean considerados clientes -desde el punto de vista de la mercadotecnia- deben de tener necesidades, dinero para gastar y debe de existir el número suficiente de niños para que el esfuerzo que implica la mercadotecnia valga la pena. Como un mercado primario, los niños tienen alrededor de \$9 billones de dólares de ingreso proveniente de sus familias, de sus responsabilidades como poner o recoger los platos de la mesa, sacar la basura de la casa y del trabajo que puedan realizar con los papás de sus amigos, como repartir el periódico o recibir la leche de sus vecinos; ellos gastan la mayor porción de este ingreso, en un gran rango de objetos de acuerdo a su gusto. Así mismo ahorran una parte de su ingreso, lo cual ha sido visto con beneplácito por los banqueros.

El mercado potencial de los niños entre las edades de 4 a 12 años, se presenta no sólo como un mercado sino como tres mercados: 1o. El directo ó primario. 2o. Su influencia y 3o. Mercados futuros. Esta es la razón por la cual tienen tanta atención de la mercadotecnia enfocada hacia ellos ya que muestran que tienen el mayor potencial en relación con cualquier otro mercado, abundaremos sobre esta subdivisión más abajo..

La respuesta de los mercadólogos hacia ellos, ha sido la idea moderna de los ejecutivos de venta, de ponerle al cliente todos los productos a la mano: por lo que en los anaqueles de los centros comerciales, los dulces, los juguetes y demás productos están al alcance de los niños, lo que terminó con la imagen del pequeño cuya nariz esta pegada contra el vidrio del despachador de dulces.

Los niños de ahora son clientes, compradores, gastadores, y consumidores. Todos estos términos se usan para describirlos. Ya no sólo está el anuncio televisivo enfocado en que los niños hagan solicitudes de compras a sus padres para cuando éstos vayan a los centros comerciales. (Paley y White, 1986). También están los encabezados de periódicos y artículos en revistas, espectaculares en las calles y avenidas, todo en un amplio rango de actividades de mercadotecnia que están enfocados a los niños como consumidores. Ahora una mezcla integral de mercadotecnia ha sido desarrollada específicamente para informar, persuadir, vender y satisfacer a los niños como consumidores.

PRODUCTOS	VENTAS EN LA INDUSTRIA \$ BILLONES DLLS	FACTOR DE INFLUENCIA %	INFLUENCIA DE LAS VENTAS \$ (BILLONES DLLS.
Zapatos deportivos	5.60	20	1.12
Autos	221.70	04	8.87
Pastelería	26.10	10	2.61
Jabón en pastilla	1.50	20	0.30
Pilas	3.00	25	0.75
Artículos de belleza para niños	1.20	70	0.84
Bicicletas	1.00	40	0.40
Blank Audio Cassetes	0.39	15	0.06
Agua Embotellada	2.00	10	0.20
Pan	13.00	20	2.60
Cámaras y rollos de película	4.55	12	0.55
Dulces y chicles	10.43	33	3.44
Pasta preparada	0.57	60	0.34
Comidas casuales	21.00	30	6.30
Cereales fríos	6.90	20	1.38
Cereales calientes	0.74	50	0.37
Ropa para niños	18.40	60	11.04
Aparatos eléctricos	32.60	10	3.26
Galletas empacadas	4.30	40	1.72
Productos lácteos	40.20	10	4.02
Deli catessen	11.10	8	0.89
Comidas rápidas	65.00	35	22.75
Fragancias para niños	0.30	70	0.21
Desayunos congelados	0.55	10	0.06
Novedades congeladas	1.40	75	1.05
Sandwiches congelados	0.27	30	0.08
Frutas	0.30	80	0.24
Frutas y vegetales enlatados	3.00	20	0.60
Frutas y vegetales frescos	43.40	6	2.60
Muebles, muebles para niños	5.00	35	1.75
Peluquerías unisex	3.80	5	0.19
Utensilios para pasatiempos	1.00	40	0.40
Computadoras personales	3.10	10	0.31
Hoteles de precio medio	5.50	10	0.55
Helados	7.60	23	1.75
Bebidas Refrescantes	0.70	15	0.11
Jaleas y Mermeladas	2.60	20	0.52
Jugos y bebidas de jugo	10.00	33	3.30
Carnes (empacadas)	17.10	13	2.20
Carnes (frescas)	43.10	10	4.30
Comidas de microondas	2.30	30	0.69
Cine	1.20	30	0.36
Farmacia	11.00	12	1.32
Crema de cacahuete	1.40	40	0.56
Comida para mascotas	7.20	12	0.86
Pizza congelada	0.92	40	0.37
Pudines y gelatinas	0.93	25	0.23
Música grabada	3.40	20	0.68
Pudines refrigerados	0.20	20	0.04
Entremeses salados	8.30	25	2.08
Útiles escolares	1.80	35	0.63
Mariscos	7.30	10	0.73
Zapatos para niños	2.00	50	1.00
Refrescos	46.60	30	13.98
Artículos Deportivos	5.50	10	0.55
Queso Untable	0.25	20	0.05
Productos tostados	0.25	45	0.11
Pasta de dientes	1.00	20	0.20
Juguetes	13.40	70	9.38
Juegos de Video	3.50	60	2.10
Renta de Videos	6.50	25	1.63
Yogurt	1.20	10	0.12
TOTAL	\$ 766.15	----	\$ 131.77

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

Toda esta actividad económica de los niños es relativamente nueva, más de un billón de dólares al año se gastan en comunicación de mercadotecnia dirigida a los niños, publicidad, promoción, anuncios y empaque y estos gastos están respaldados por millones adicionales invertidos en investigación de mercado. Todo esto y más porque los niños de ahora son cada vez más “autosuficientes”, tienen su dinero propio para poderlo gastar por medio de los padres como compradores y en un futuro próximo como campeones del mercado. (Graham, 1988).

UNA PERSPECTIVA HISTÓRICA

¿Cuándo los niños se transformaron en clientes, en lugar de ser los hijos e hijas de clientes?

Los niños como clientes es un fenómeno posterior a la Segunda Guerra Mundial. Demográficamente, había existido el mismo número de niños en el cambio del siglo XIX al XX, alrededor de 10 millones. Pero cuando terminó la guerra en 1946 comenzó el *Baby-Boom*. Con la aparición de la penicilina y de las vacunas, en un periodo de cinco años el número de niños creció más del 50%. De acuerdo con los mercadólogos, todo lo que se necesitaba para acompañar a este crecimiento en número era el dinero y las necesidades de gastarlo. Ambos hechos llegaron rápido. (Magnet, 1987). Los años de guerra hicieron madurar a todos, dándoles también una visión de corto plazo: “Diviértete y muere joven”; con una actitud centrada en sí mismos, que el mundo nunca había visto antes, misma que se reflejó en los anuncios que enfatizaban las palabras claves “Yo, mi, me, conmigo.” Esta actitud ha conllevado a la característica de apreciar lo novedoso y de industrializar productos desechables considerando como valioso solo lo nuevo y transmitiendo sutilmente el mensaje de que la madurez y la experiencia también son “desechables”. En los Estados Unidos de Norteamérica, esta actitud comprendió a los padres e hijos quienes crecieron en número. Los padres tenían más dinero propio para gastar en sí mismos y en sus hijos “Porque se lo merecían”. Esto fue una nueva forma de pensar.

Creciendo tanto en cantidad como en poder adquisitivo los niños empezaron a atraer la atención de los mercadólogos. Y mediante esa innovación de los años cincuenta llamada televisión, a los niños se les presentaban gran cantidad de cosas, creándoles necesidades. (Hall, 1984). Viendo en retrospectiva con los ojos de la mercadotecnia, en los años cincuenta creció el número de niños considerablemente lo cual los hacía un segmento apetecible.

En la última mitad de los años sesenta, los niños gastaban más de 2 billones de dólares al año del dinero que sus padres les daban para que lo gastaran como quisieran e influenciaban las compras y gastos realizados por sus padres, lo cual implicaba muchos billones más. Fue en este tiempo que apareció la primera publicación donde se declaró la aparición de los niños como un mercado y su poder de compra (Mc.Neal, 1969), lo que finalmente les dio notoriedad.

Los años setenta, fueron un periodo de consolidación de los niños como consumidores. La primera generación de niños del “*baby boom*” recibió la bendición de sus padres para ser consumidores. Los mercadólogos reconocen a los niños como compradores por su propio derecho, así como un mercado, así como influenciadores, al bombardearlos con nuevos productos para comprar o para conseguir que sus padres se los compren. “Ronald Mc. Donald” nacido en los años sesenta se convirtió en el prototipo de comida diseñada especialmente para niños. Al mismo tiempo apareció un nuevo concepto en la comercialización de juguetes (“*Toy’s are us*”) que permitió a los niños y a sus padres ir de compras por juguetes, de la misma forma en que iban de compras por comida. La comunidad académica de mercadotecnia empezó a publicar investigaciones en forma regular sobre los niños como consumidores en los años setenta. (Mc Neal, 1984; Rozerk, 1989; Shephersdson, 1988). También en esta década se desarrollaron y produjeron muchos nuevos productos y servicios para crear la necesidad en los niños.

La década de los ochenta será considerada seguramente como la década del consumo del niño, donde se les dio legitimidad e igualdad en como consumidores al nivel de los adultos.

En la década de los noventa la mercadotecnia trata a los niños como un cliente mayor a ser segmentado en pequeños mercados, de mayor ganancia, de la misma forma como se hace con los adultos. Recientemente los niños como mercado primario han sido segmentados por edades de acuerdo a: Pequeños de cuatro a seis, escolares de siete a nueve y pares de diez a 12. También suele segmentárseles de acuerdo a sus hábitos en el hogar, hábitos hacia los medios de comunicación y por extracción étnica.

Una Explicación Sociologica.

En los años ochentas, ocurrieron algunos cambios sociológicos, que pueden ofrecer por lo menos una explicación parcial para el nuevo *status* económico de los niños. Sin un orden particular y con cierto traslape, éstos cambios pueden describirse a continuación. (Mc Neal, 1992).

Menos niños por padres:

Múltiples ocupaciones, interés en la profesión y presiones económicas hicieron que las familias redujeran el número de niños. En 1980 se experimentó una especie de “Síndrome chino”: “Uno es suficiente”. Esto fue bastante común en los nuevos padres. El impacto de este nuevo modelo y de esta nueva forma de pensar ha sido el deseo de bombardear los con “Menos niños con más” Más que tener y más que gastar.

Menos padres por niño.

Una combinación de divorcios y de madres que no se casan han producido un gran número de familias de un solo padre. En estas familias de un solo padre, se espera de los niños que asuman un papel más de socio y que lleven a cabo algunas de las tareas relacionadas con el consumo que el padre faltante haría de manera ordinaria tales como ir de compras, preparar la comida, alimentar a la mascota, labores de limpieza de la casa. El efecto real es que los niños manejan más dinero frecuentemente a una edad más temprana, compran más para sí mismos y para el hogar.

Se pospone el nacimiento de los niños.

La creciente importancia del desarrollo profesional -frecuentemente los dos integrantes de la pareja- combinada con el deseo de desarrollar el "nido" ha causado que muchos adultos pospongan el nacimiento de sus hijos y también el que tengan menos. Por lo tanto, cuando los niños nacen con padres ya mayores posiblemente con 30 o más años, son más afortunados. Este hecho hace que los niños sean más valorados. El crecimiento en la capacidad financiera durante el tiempo que se pospone el nacimiento, le permite a los padres demostrar esta valoración al darle más recursos a los niños. Cuando los niños llegan a la edad de las necesidades, estos padres tienden a ser más consentidores.

Familias donde ambos padres trabajan

Al estar trabajando el padre y la madre esto les posibilita el gastar más dinero en los hijos sin embargo cuentan con menos tiempo para dedicarles. Frecuentemente se sienten culpables por no pasar más tiempo con sus hijos y por lo tanto usan el ingreso adicional para comprarles más y darles más a manera de compensación. Este tipo de pareja donde ambos padres trabajan también tiende a pedirles a sus hijos que realicen más labores en el hogar y a ser más independientes. Esto a su vez hace que el niño tome el papel de consumidor más frecuentemente y probablemente en una etapa más temprana.

EL DESARROLLO DEL NIÑO COMO CONSUMIDOR

La característica de consumidores de los niños de las sociedades capitalistas, no es algo que se ha enseñado en forma deliberada por algo o por alguien, ya que se aprende de todo y de todos; de una forma casual, por los padres primeramente sin que ellos tengan este propósito conscientemente. Sin embargo "Mira lo que hago" y "Escucha un poquito lo que digo" ha sido el sistema de aprendizaje. (Caron y Ward, 1975) Los padres son los primeros agentes de socialización que los induce e introduce al "papel" de consumidores. Consumers Union Education Services (1990).

Para entender cómo un niño se desarrolla como consumidor, a continuación se observan cada una de las etapas en la cuales el niño aprende el comportamiento del consumo. (Mc. Neal, 1992)

ETAPA I

ACOMPAÑAR A LOS PADRES Y OBSERVAR.

De Meses A 1 ½ Años.

Cuando el niño puede sentarse en forma erecta se le sitúa en el carro del supermercado, desde este punto de vista puede por primera vez observar el mundo mágico de la mercadotecnia y a su vez mantenerse seguro y próximo a sus padres.

ETAPA II

ACOMPAÑANDO A LOS PADRES Y PIDIENDO.

De los 2 a los 3 Años.

Se inicia alrededor de los dos años y comienzan a solicitar artículos a los padres y mediante gestos o gritos o inclusive algunas lágrimas aprenden a persuadir a los padres y conseguir algo.

ETAPA III

ACOMPAÑANDO A LOS PADRES Y SELECCIONANDO CON SU PERMISO.

De los 3 a los 4 años.

A la edad de tres o cuatro años los niños empiezan a bajarse del carrito del supermercado caminando al lado de los padres y solicitando algunas elecciones propias. Para esta edad probablemente ya pueden distinguir algunas marcas de alimentos infantiles, tipos de alimentos, juguetes, así como su ubicación en las tiendas.

ETAPA IV

ACOMPAÑANDO A LOS PADRES Y REALIZANDO COMPRAS INDEPENDIEMENTE

De los 5 a los 6 años.

El pagar por los artículos es un paso adicional en el ciclo de consumo que no obstante ha sido visto por los infantes muchas veces, es una empresa compleja. Ya que implica conceptualizar el sistema de intercambio y las matemáticas del dinero, inclusive entraña esperar en la línea e interactuar con los empleados de la tienda. Sin embargo después de superar éstas dificultades, el niño reconoce no sólo la satisfacción de manejar dinero y obtener productos sino además, de que ya es muy adulto.

ETAPA V

IR A LA TIENDA SOLO Y REALIZAR COMPRAS INDEPENDIENTES.

De los 5 a los 7 años.

Antes de entrar a la primaria, normalmente entre cinco y siete años, el niño puede realizar su debut de comprador *solo*, esta compra independiente puede efectuarse en una pequeña tienda, en un supermercado o al comprar un refresco en un restaurante de comida rápida. Este proceso es por motivos propios del niño aunque un número cada vez mayor de padres alientan a los niños a realizar compras de artículos básicos para acelerar su compromiso en las actividades de domésticas.

Observaciones.

Los niños son el mercado futuro para todos los bienes y servicios. Ellos eventualmente comprarán toda la comida para sus propias familias, así como vestidos, autos y todo lo demás y se perfilan como futuros consumidores adultos, es por eso que son tratados de captar por las compañías mediante programas mercadológicos para que cuando lleguen a la edad adulta puedan más fácilmente ser convertidos en clientes leales. Graham (1988)

En México en 1993, Televisa en su barra de programación infantil desde las 5 p.m., con anuncios de juguetes, el lema publicitario decía "Lo importante no es el juego, sino el juguete" anuncio que fue transmitido durante mucho tiempo. De acuerdo con Hall (1984) podemos afirmar que la propaganda en TV, para niños se ha usado y abusado; tanto que en el año de 1970 en EE.UU. para poder controlar su mala influencia, hubo una fuerte oposición dentro del grupo de consumidores y reguladores de negocios. La misma reacción se suscitó en las escuelas con los maestros, así como con las juntas de padres de familia quienes sintieron muchas veces que su papel de guías estaba siendo usurpado por la publicidad y trataron en forma sistemática de exponer sus preocupaciones, demandando una legislación al respecto. Consumers Union Education Services. (1990).

Sin embargo nada de ello ha sido consistente, ni en las legislaciones mexicanas, ni en las americanas; aunque estuvo a punto de suceder en 1978, en la Comisión Federal de Comercio, de Estados Unidos. FTC. (1978).

En conclusión los niños compran más y juegan menos, por consiguiente la respuesta a la pregunta planteada ¿Dónde se encuentran los niños que en sus tiempos libres, no están jugando en los parques? Parece que podría deducirse por lo expuesto anteriormente: ¡Están comprando en los centros comerciales!.

D.- Método

JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

El problema de investigación que abordaremos se deriva de la evidencia arriba examinada acerca de que el juego tiene una función importante en el desarrollo del niño y por lo tanto es de interés teórico y, o aplicado, el conocer como dos tipos de escenarios conductuales afectan la conducta de ellos, lo cual redundaría en su bienestar y desarrollo intelectual y afectivo

OBJETIVOS GENERALES

Comparar las conductas de los niños en Centros Comerciales y Parques.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Conocer las conductas que los niños de 3 a 13 años llevan a cabo en Parques o, áreas verdes Urbanas.
2. Conocer las conductas que los niños de 3 a 13 años llevan a cabo en Centros Comerciales.

PREGUNTA

¿Cómo influyen los espacios interiores de centros comerciales, en las conductas de los niños (Ver lista de variables dependientes Pág. 41) de 3 a 13 años, en comparación con niños usuarios de áreas verdes?

HIPÓTESIS

Se encontrarán diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a centros comerciales, en comparación con los niños que acuden a parques y/o áreas verdes

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.-

El diseño es de dos grupos no aleatorizados por lo que por ser un cuasiexperimento, ya que no se controlan las variables atribucionales por aleatorización.

D-1 SUJETOS

Niños de 3 a 13 años, usuarios de los escenarios.

Es una muestra intencional compuesta por sujetos, que se encontraban en el lugar. La muestra se realizó con diferentes sujetos en los dos instrumentos. Tomando días aleatoriamente seleccionados.

244 niños,

244 papás, a los que se les aplicaron cuestionarios.

381 niños fueron registrados a través de la elaboración de mapas conductuales.

VARIABLES INDEPENDIENTES

Se consideró variable independiente en este proyecto de investigación, el escenario conductual que tuvo dos posibilidades: Centros Comerciales y Parques ó Áreas Verdes Urbanas.

Definición Conceptual.-

Centros Comerciales

Es la unión de espacios construidos interiores, a veces con relación al exterior, de un nivel o de varios niveles, en un solo edificio o en varios edificios unidos física o visualmente que forman un conjunto, por medio de plazas, patios o estacionamientos abiertos o subterráneos, integrando a las tiendas reunidas en un lugar, una junto a la otra dedicadas a la venta de productos o de servicios.

Estos conjuntos están generalmente diseñados de acuerdo a las leyes de la mercadotecnia de un sistema capitalista de oferta y demanda; donde los productos de las necesidades básicas diarias se encuentran localizados en el extremo más alejado del acceso, ofreciendo la posibilidad y accesibilidad de escoger, tomar, pagar y llevarse, todo lo que no es primordial para la subsistencia diaria, en donde hay un límite de estímulos visuales y de libertad para escoger objetos, siempre y cuando se pague por ellos.

En el aspecto acústico, los espacios se ven bombardeados de estímulos sonoros como ofertas, anuncios, música estridente y a veces monótona, repetitiva o melódica. En el aspecto olfativo, actualmente la mayoría de los espacios públicos interiores se han unificado en este aspecto con el uso de desodorantes.

Parques y/o Áreas Verdes Urbanas.

Son espacios exteriores con masas de vegetación, de árboles, arbustos y cubre suelos, con pisos suaves de pastos, tierras o arenas, con desniveles topográficos, con ríos, piedras, espejos de agua, fuentes, andadores, bancas, casetas de servicios, sanitarios, zonas para bebés, para niños, para mamás o adultos que los acompañen, casetas de información y de apoyo logístico; diseñadas especialmente para niños, con lugares para trepar, esconderse, deslizarse, descubrir, subir, bajar, observar, soñar y encontrar. Tienen lugares de sombra, lugares de sol, frescos, pisos suaves, de espacios cerrados y abiertos, de aventuras, de descubrimiento, de exploración.

Definición Operacional.

La observación de esta situación se realizó en los siguientes escenarios de centros comerciales, donde se hicieron levantamientos arquitectónicos, en un área mínima de 1000 m² de cuatro centros comerciales.

1. *Centro Comercial Plaza Cantil*, ubicado entre Avenida Aztecas y Avenida del Panteón en la Delegación Coyoacán.
2. *Centro Comercial Comercial Mexicana San Jerónimo*, ubicado en Periférico Sur y Avenida San Jerónimo, delegación Alvaro Obregón.
3. *Centro Comercial Galerías Insurgentes*, Av Insurgentes esquina calle Parroquia delegación Benito Juárez.
4. *Plaza Tenorios* localizada Av. Tenorios esquina con Calzada del Hueso, Delegación Coyoacán.

La observación de esta situación se realizó en los siguientes escenarios de parques, donde se hicieron levantamientos arquitectónicos, en un área mínima de 1000 m² de cuatro áreas verdes urbanas. Con áreas o jardines diseñados para niños.

1. *Parque Huayamilpas* en la calle de Huayamilpas en la Delegación Coyoacán.
2. *Parque Las Aguilas*, sobre Av. de las Aguilas, Delegación Alvaro Obregón.
3. *Parque Hundido*, sobre Av. Insurgentes Sur, esquina Porfirio Díaz, Delegación Benito Juárez.
4. *Parque Bosque de Nativitas*, se ubica entre Prolongación División del Note (Camino a Nativitas y Carretera Xochimilco Tulyehualco, Delegación Xochimilco.

VARIABLES DEPENDIENTES

Parten (1932) dice que el juego se clasifica de acuerdo con los patrones que sigue en cuatro grupos:

1. Individual.- Juega solo, imagina a otros.
2. Paralelo.- Juega con otros, pero no el mismo juego.
3. Asociativo.-Hace lo que otros dicen.
4. Cooperativo.-En unión con otros, compartir y prestar.

Basados en esta clasificación, se presentó en la Conferencia Afro-Asiática de IPA en 1984 el cuestionario elaborado por N.A. Gokarn Reader, Department of Family and Child Welfare, Tata Institute of Social Sciences, Bombay, India. y S. Choksey Principal, Pre-Primary School, Udayachal, Bombay, India, dentro del tema Patrones del Juego. (El autor no proporciona datos psicométricos, y en este estudio no se tuvo como objetivo obtenerlos)

Preguntas del cuestionario aplicado a niños y papás.

1. ¿Juega solo?
2. ¿Juega imaginariamente?
3. ¿No juega con otros pero los observa?
4. ¿No juega con otros pero les da instrucciones o sugiere?
5. ¿Juega con otros pero no el mismo juego?
6. ¿Juega con otros y hace lo que le dicen?
7. ¿Juega con otros y se une al juego?
8. ¿Juega con otros y escoge ser líder?
9. ¿Juega con otros y escoge seguir a los demás?
10. ¿Juega con otros compartiendo sus juguetes?
11. ¿Siempre quiere el juguete de otro niño?
12. ¿Espera su turno para jugar?

Definición de las conductas de los niños observadas en centros comerciales y en parques o áreas verdes en la elaboración de Mapas Conductuales, por orden alfabético.

1. *Variable Abrumado.* Baja la cabeza sin erguir el cuerpo, con una expresión en la cara de llevar una carga penosa, de estar confundido, agobiado, apabullado.
2. *Variable Aburrido.* Muestra falta de interés por las cosas que lo rodean, expresión de ausencia.
3. *Variable Agresividad.* Muestras físicas o verbales, de actuar contra otro, con actitud o palabras violentas que implican provocación o ataque.
4. *Variable Alegría.* Mostrar satisfacción con expresiones de sonrisas, carcajadas o gritos.
5. *Variable Apatía.* Mostrarse indiferente ante cualquier estímulo o situación.
6. *Variable Caminar.* Ir andando de un lugar a otro, dando pasos.
7. *Variable Correr.* Andar muy de prisa y con impulso, de manera que entre cada paso los dos pies quedan en el aire.
8. *Variable Entusiasmo.* Mostrar exaltación o excitación, a través de expresiones corporales como levantar las manos, o brincar, faciales como abrir los ojos, levantar las cejas o verbales, como gritos.
9. *Variable Explorar.* Examinar con la mirada, con las manos, caminando, una cosa o un lugar detenidamente, para ver qué hay o cuál es su estado.
10. *Variable Experimentar.* Se observa que repite una y otra vez la misma acción y analiza sus resultados.
11. *Variable Frustración.* Muestra expresiones de descontento, muecas y gestos con el rictus hacia abajo o por expresiones verbales de quejas o reclamaciones o por expresiones corporales como permanecer inmóvil o por berrinches.
12. *Variable Observar.* Mirar con fijeza atendiendo a los detalles de un fenómeno o cosa.
13. *Variable Sociabilidad.* Mostrar actitudes amistosas, se comunica de hecho y de palabra con otros niños.

D-2. HERRAMIENTAS. INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN

- ✓ Se aplicaron cuestionarios, a los niños sobre su grado de satisfacción y bienestar en relación al juego; así como a los padres que estuvieron acompañando a los niños. El cuestionario no es un instrumento psicométrico, sino cada pregunta es una escala independiente de tipo nominal. (Ver Apendice 1)
- ✓ Se observaron las *Variables Dependientes* de conducta en los niños que se encontraban en los centros comerciales y en los parques. Se realizaron Mapas Conductuales (Ver Apendice 2)

Los observadores fueron, 24 estudiantes de la Lic. de Arquitectura de Paisaje, de la Facultad de Arquitectura de la UNAM, así mismo eran alumnos de la clase de Percepción, donde fueron instruidos durante un semestre de 25 clases; con tres horas semanales, para estar preparados y poder realizar observaciones precisas, en donde el examen semestral, consistió en una evaluación de una descripción adecuada a la observación precisa de los espacios visual, olfativo, acústico y táctil del Jardín de los Maestros Eméritos dentro de la Facultad de Derecho de la UNAM. necesitando una calificación aprobatoria para continuar como alumnos regulares. Eso se tomo como criterio subjetivo para seleccionar a los alumnos participantes en este estudio, a los que se les capacitó además, para la realización de los mapas conductuales en la utilización del Manual de Códigos de la Investigación Proxémica de Hall (1974), para posturas, orientación del cuerpo y movimiento lateral de los cuerpos y expresar en forma gráfica, en croquis de vistas en planta y alzado, las diferentes conductas de los niños.. Se les impartió además, un taller de 180 minutos, para capacitarlos en la aplicación de los cuestionarios así como en la elaboración de los levantamientos arquitectónicos de cada uno de los escenarios, para después proceder a la elaboración de los mapas conductuales. Se definieron muy claramente las conductas a observar de cada una de las variables, se hicieron claros los indicadores de las mismas. Se realizó, el seguimiento de las rutas observadas en los niños y el tiempo de permanencia en los diferentes ambientes. Aunque no se obtuvo una confiabilidad de los jueces, el entrenamiento aplicado a los observadores, permite tener un juicio más objetivo de lo observado.

Se realizaron 48 observaciones: 24 en centros comerciales, y 24 en parques, con los siguientes resultados:

Se observaron a todos los niños que se encontraban en los Centros Comerciales durante un periodo de 2hrs. 10 mins. Se realizaron 24 observaciones; dieciséis entre semana y ocho en el fin de semana; se llevaron a cabo 8 (ocho) observaciones por las mañanas, de 9.00 am. a 1.00 pm; 9 (nueve) observaciones por las tardes de 1.00 pm a 5.00 pm. y 7 (siete) observaciones por las noches de 5.00 a 9.00 p.m.

	ENTRE SEMANA			EN FIN DE SEMANA		
	Mañana	Tarde	Noche	Mañana	Tarde	Noche
CENTROS COMERCIALES	5	6	5	3	3	2
PARQUES	4	8	4	3	3	2
SUBTOTAL	9	14	9	6	6	4

Se observaron a todos los niños que se encontraban en los Parques y Jardines diseñados para niños, durante un periodo de 2hrs. 10 mins. Se realizaron 24 observaciones, dieciséis entre semana y ocho en el fin de semana; se llevaron a cabo 7 (siete) observaciones por las mañanas, de 9.00 am. a 1.00 pm.; 11(once) observaciones por las tardes de 1.00 pm a 5.00 pm. y 6(seis) observaciones por las noches de 5.00 a 9.00 p.m. Fue necesario duplicar las observaciones entre semana para poder igualar el número de niños observados en fin de semana.

D-3 PROCEDIMIENTO

Las respuestas conductuales fueron medidas por medio de 24 observadores que hicieron 24 observaciones paralelas en centros comerciales (x1) y con 24 observaciones en parques o áreas verdes urbanas para niños (x2).

Se elaboraron levantamientos de 4 centros comerciales y de cuatro parques o áreas verdes urbanas; que incluyeron en los centros comerciales la localización de accesos, circulaciones, puntos de interés, nodos, límites y espacios con mobiliario y registro de las zonas por actividades, como serían, panadería, carnicería, mercería, etc. y características de los espacios, localización de muros, estructuras y (o) divisiones que hubiera.

En los planos arquitectónicos de los parques, se localizaron las áreas verdes, las circulaciones, los espacios de convivencia, fuentes, bancas, lugares de estar y mobiliario de las zonas de juegos, niveles de pisos y de montículos si los hubiera, localización de árboles, diámetro del tronco, arbustos, tipos de pisos, materiales suaves o duros, etc.

Se hicieron mapas conductuales en cada escenario, por medio de registros observacionales, en cuanto a la circulación y actividades de los niños, relacionados con el tiempo de permanencia, en ambas variables independientes.

E. RESULTADOS

Para la obtención de resultados se utilizó el paquete SPSS, VERSIÓN 8 haciendo en primer lugar una descripción de la muestra para posteriormente establecer comparaciones entre los escenarios conductuales.

1. Se utilizó la estadística de Frecuencias a través de tablas y de Gráficas por conducta observada tanto para los mapas conductuales como para la sociabilidad evaluada por el cuestionario.
2. Análisis log lineal para ver diferencias entre los dos grupos y poder precisar que tanto las variables dependientes eran influenciadas por el tipo de escenario al cual fue sometido el sujeto.

E-I Análisis descriptivo

- Este análisis se utilizó con la finalidad de conocer:
 1. Las Características de la Muestra.
 2. Las Frecuencias de las conductas por Escenario Conductual, registradas por medio de cuestionarios.
 3. Las Frecuencias de las conductas por Escenario Conductual, registradas por medio de mapas conductuales.

E-II Análisis inferencial

Este análisis permitió establecer comparaciones entre escenarios.

Para llevar a cabo este análisis se usó la Regresión Logística, en cuestionarios y en mapas conductuales.

E.-1.1.- CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA.-

E.1.1.1- La aplicación de los Cuestionarios y la observación de conductas en Mapas Conductuales, se realizó en dos ocasiones: Fueron observados el 69,7 % ENTRE SEMANA en Centros Comerciales comparativamente con 67.9 % en Parques. (Ver tabla 1) Y EN FIN DE SEMANA se observaron 32.1 % de los niños en Parques, y el 30.3 % en Centros Comerciales (Ver tabla 1)

TABLA # 1

DISTRIBUCIÓN OBSERVADA DE LAS VARIABLES ENTRE SEMANA Y EN FÍN DE SEMANA

ESCENARIO	ENTRE SEMANA		EN FÍN DE SEMANA	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
CENTROS COMERCIALES	129	69.7	56	30.3
PARQUES	133	67.9	63	32.1

Fue necesario duplicar las observaciones entre semana para poder igualar el número de niños que se observaron el fin de semana, en ambos escenarios.

E.II.2.- Con relación a la Variable HORA EN QUE SE ENTREVISTÓ en las muestras realizadas se observa que: Por la mañana el 35.1 % de los niños en Centros Comerciales, reportan más asistencia que los niños de los Parques 32.7 % (Ver tabla 2). Se observa además que por la tarde el 38.8 % de los niños en Parques, reportan más asistir a estos que los niños de los Centros Comerciales 35.1 % (Ver tabla 2). y por la noche el 29.7 % de los niños en Centros Comerciales, reportan más llevar a cabo esta actividad que los niños de los Parques 28.6 % (Ver tabla 2)

TABLA # 2

DISTRIBUCIÓN OBSERVADA EN LA VARIABLE HORA EN QUE SE ENTREVISTÓ

ESCENARIOS	HORA EN QUE SE ENTREVISTÓ					
	MAÑANA		TARDE		NOCHE	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
CENTROS COMERCIALES	65	35.1	65	35.1	55	29.7
PARQUES	64	32.7	76	38.8	56	28.6

E.I.1.3.- Con relación a la variable EDAD DE LOS NIÑOS, se observa que:

En el caso de los Centros Comerciales se encuentran más niños de 13 (TRECE) años 5.4%, en segundo lugar de 7 (SIETE) años con 4.9 % y en tercer lugar de 4 (CUATRO) años con un 4.3 % y en cuanto a los Parques la edad de los niños que más asisten es en primer lugar de 7 (SIETE) años 10.2 % , seguidos de 8 (OCHO) años 7.1 % y en tercer lugar de 10 (DIEZ) años con 6.6 % . No obstante el rango de edad que asisten a estos escenarios conductuales es de 3 a 13 años . (Ver tabla 3).

TABLA # 3
DISTRIBUCIÓN OBSERVADA EN LA VARIABLE EDAD

EDAD	CENTROS COMERCIALES		PARQUES		
	Frecuencia	%	EDAD	Frecuencia	%
I° 13.00	10	5.4	I° 7.00	20	10.2
II° 7.00	9	4.9	II° 8.00	14	7.1
III° 4.00	8	4.3	III° 10.00	13	6.6
$\bar{X} = 8.29$				$\bar{X} = 7.57$	

E.I.1.4.- Con relación a la observación de asistencia, en cuanto a la variable GÉNERO.

Los NIÑOS asisten más a los parques el 58.2 % que a los Centros Comerciales 45.4 % (*Ver tabla*) Y en cuanto a las NIÑAS, ellas asisten más a los Centros Comerciales el 43.2 % que a los Parques, 41.8 % (*Ver tabla 4*)

TABLA # 4
DISTRIBUCIÓN OBSERVADA EN LA VARIABLE GÉNERO.

ESCENARIOS	GÉNERO			
	NIÑO		NIÑA	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
CENTROS COMERCIALES	84	45.4	80	43.2
PARQUES	114	58.2	82	41.8

E-I Análisis descriptivo

E.I.2. Las frecuencias de las conductas por escenario conductual, registradas por medio de cuestionarios.

E II Análisis inferencial de cuestionarios

E.II.1 En cuestionarios

- Este análisis permitió establecer comparaciones entre los escenarios Centros Comerciales y los Parques, para llevar a cabo este análisis se usó la Regresión Logística., lo que nos permite identificar las variables que diferencian a los grupos.
-
- Con respecto a las variables predictoras se encontró que de los 115 casos evaluados, 81, fueron ubicados correctamente en los Centros Comerciales y de los 122, 86 fueron ubicados correctamente en Parques. Esto implica que con las 12 conductas se pueden predecir las diferencias entre los dos grupos.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

E.I.2.1.- Con referencia a la aplicación del cuestionario sobre el juego de los niños, se encontró que para la *Variable* JUEGA SOLO, 36.5 % de los niños en los Centros Comerciales, reportan mas llevar a cabo esta conducta que los niños de los Parques 23%. (Ver tabla 5)

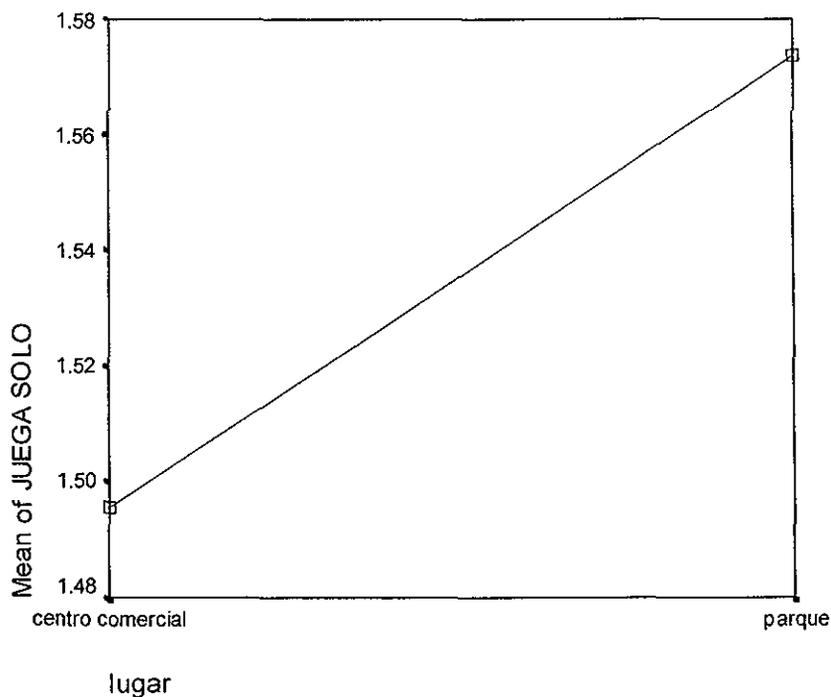
TABLA # 5
DISTRIBUCIÓN DE LA PREGUNTA JUEGA SOLO

	JUEGA SOLO			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	42	36.5	28	23.0
NO	65	56.5	82	67.2
No respondió	8	7.0	12	9.8

ANÁLISIS INFERENCIAL

1. En relación a la *VARIABLE JUEGA SOLO*, contestada por los niños, donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 5.364 con una $p = .068$ por lo tanto es $>$ que .05; NO se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a Centros Comerciales, en comparación con los niños que acuden a Parques.

GRAFICA # 1. MEDIA POR ESCENARIO



Como se observa en la GRAFICA # 1 la *MEDIA* para la conducta de JUEGA SOLO, fue **más alta en Parques** que en Centros Comerciales.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

E.I.2.2.- Dentro del mismo rubro se observa que en el caso de los PADRES de igual forma que los niños reportan que la conducta de JUGAR SOLO POR PARTE DE SUS HIJOS se da mas en los Centros Comerciales, el 40%; que en los Parques el 28.7%. (Ver Tabla 6)

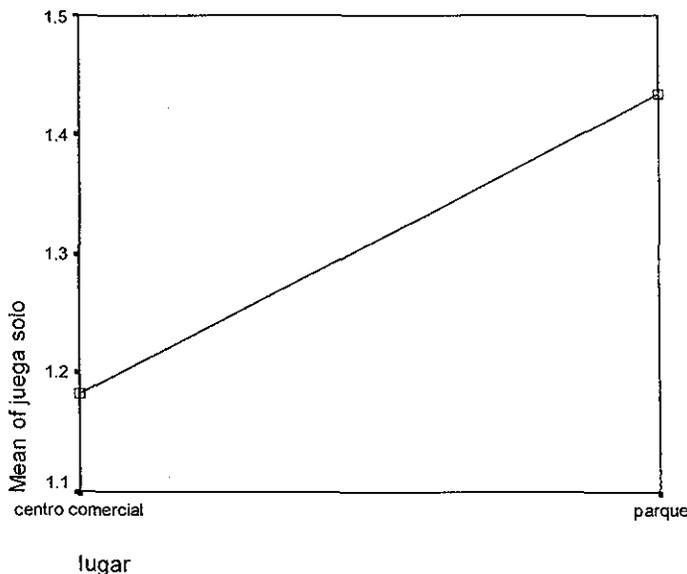
TABLA # 6

	REPORTE DE LOS PADRES EN LA PREGUNTA JUEGA SOLO			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	46	40.0	35	28.7
NO	45	39.1	70	57.4
No respondió	24	20.9	17	13.9

ANÁLISIS INFERENCIAL

Dentro de la misma pregunta, contestada por los padres, en relación a la *VARIABLE MI HIJO JUEGA SOLO*, donde el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 7.92 con una $p = .019$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres a las conductas de sus hijos, debido a que en los Centros Comerciales los padres dicen que sus hijos presentan más ésta conducta (40 %).

GRAFICA # 2. MEDIA POR ESCENARIO



Como se observa en la GRÁFICA # 2 la *MEDIA* reportada por los PADRES para la conducta de JUEGA SOLO DE PARTE DE SUS HIJOS, fue **más alta** en Parques que en Centros Comerciales.

ANÁLISIS INFERENCIAL

Para encontrar la diferencia entre las contestaciones de los niños y padres a la misma pregunta de la *VARIABLE JUEGA SOLO*, donde en:

- Centro Comercial el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 69.4 con una $p = 0.000$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres con respecto a las respuestas de los hijos, debido a que en los Centros Comerciales LOS PADRES dicen que SUS HIJOS NO presentan más ésta conducta. (80 %)
- En los Parques el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 123.10 con una $p = 0.000$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres con respecto a las respuestas de los hijos, debido a que en los Parque LOS PADRES dicen que SUS HIJOS NO presentan más ésta conducta. (94.3 %)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

E.I.2.3.- En relación a la aplicación del cuestionario sobre el juego de los niños, se encontró que para la *Variable JUEGA IMAGINARIAMENTE*, 74.6% de los niños en Parques, reportan mas llevar a cabo esta conducta que los niños de los Centros Comerciales 60.9%. (Ver tabla 7)

TABLA # 7

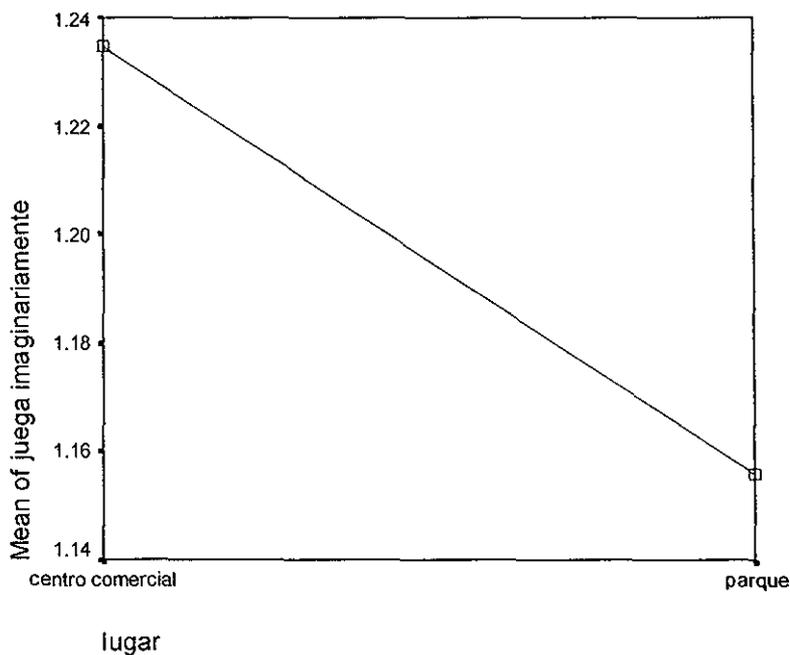
DISTRIBUCIÓN DE LA PREGUNTA JUEGA IMAGINARIAMENTE

	JUEGA IMAGINARIAMENTE			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	70	60.9	91	74.6
NO	36	31.3	25	20.5
No respondió	9	7.8	6	4.9

ANÁLISIS INFERENCIAL

En relación a la *VARIABLE JUEGA IMAGINARIAMENTE*, donde el valor de Chi - Cuadrada Pearson fue de 5.12 con una $p = .077$ por lo tanto es $>$ que .05, NO se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los niños que acuden a Centros Comerciales, en comparación con los niños que acuden a Parques

GRAFICA # 3 MEDIA POR ESCENARIO



Como se observa en la GRÁFICA # 3 la *MEDIA* para la conducta de JUEGA IMAGINARIAMENTE, fue **más alta** en **Centros Comerciales** que en Parques.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

E.I.2.4.- Por otro lado dentro del mismo rubro se observa que en el caso de los padres de igual forma que los niños, reportan que la conducta de JUGAR IMAGINARIAMENTE POR PARTE DE SUS HIJOS se da mas en Parques el 60.7%; que en los Centros Comerciales el 48.7%. (Ver Tabla 8).

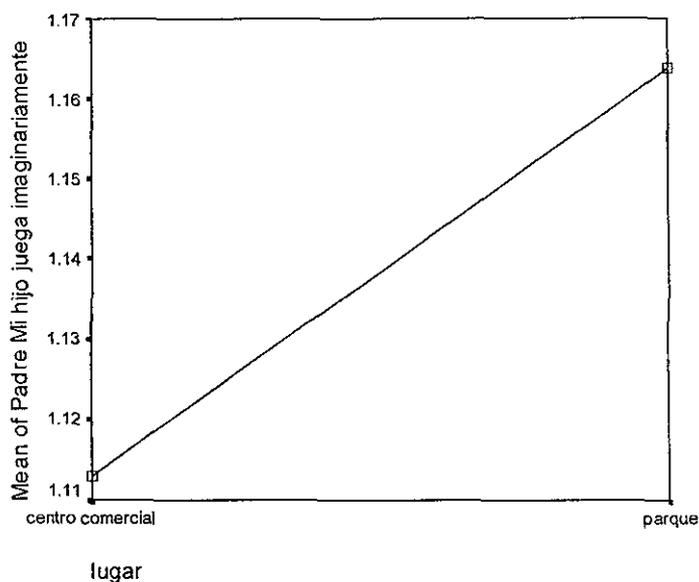
TABLA # 8

	REPORTE DE LOS PADRES EN LA PREGUNTA JUEGA IMAGINARIAMENTE			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	56	48.7	74	60.7
NO	36	31.3	34	27.9
No respondió	23	20.0	14	11.5

ANÁLISIS INFERENCIAL

En relación a la *VARIABLE JUEGA IMAGINARIAMENTE*, REPORTE DE LOS PADRES, donde el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 4.53 con una $p = .104$ por lo tanto es $>$ que $.05$, **NO** se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a Centros Comerciales, en comparación con los niños que acuden a Parques .

GRAFICA # 4. MEDIA POR ESCENARIO



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- Como se observa en la GRAFICA # 4 la *MEDIA* para la conducta de JUEGA IMAGINARIAMENTE REPORTADA POR LOS PADRES POR PARTE DE SUS HIJOS fue **más alta en Parques** que en Centros Comerciales.

ANÁLISIS INFERENCIAL

Para encontrar la diferencia entre las contestaciones de los niños y padres a la misma pregunta de la *VARIABLE JUEGA IMAGINARIAMENTE*, donde en:

- Centro Comercial el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 71.36 con una $p = 0.000$ por lo tanto es $<$ que $.05$, **SI** se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres con respecto a las respuestas de los hijos, debido a que en los Centros Comerciales **LOS PADRES** dicen que **SUS HIJOS, SI** presentan más ésta conducta. (96.4%).
- En los Parques el valor de Chi Cuadrada Pearson fue de 78.58 con una $p = 0.000$ por lo tanto es $<$ que $.05$ **SI** se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres con respecto a las respuestas de los hijos, debido a que en los Parque **LOS PADRES** dicen que **SUS HIJOS, SI** presentan más ésta conducta (98.6%).

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

E.I.2.5.- Con referencia a la aplicación del cuestionario sobre el juego de los niños, se encontró que para la *Variable NO JUEGA CON OTROS PERO LOS OBSERVA*, 59.0 % de los niños en Parques, reportan más llevar a cabo esta conducta que los niños de los Centros Comerciales 47.0 % (*Ver tabla 9*)

ANÁLISIS INFERENCIAL

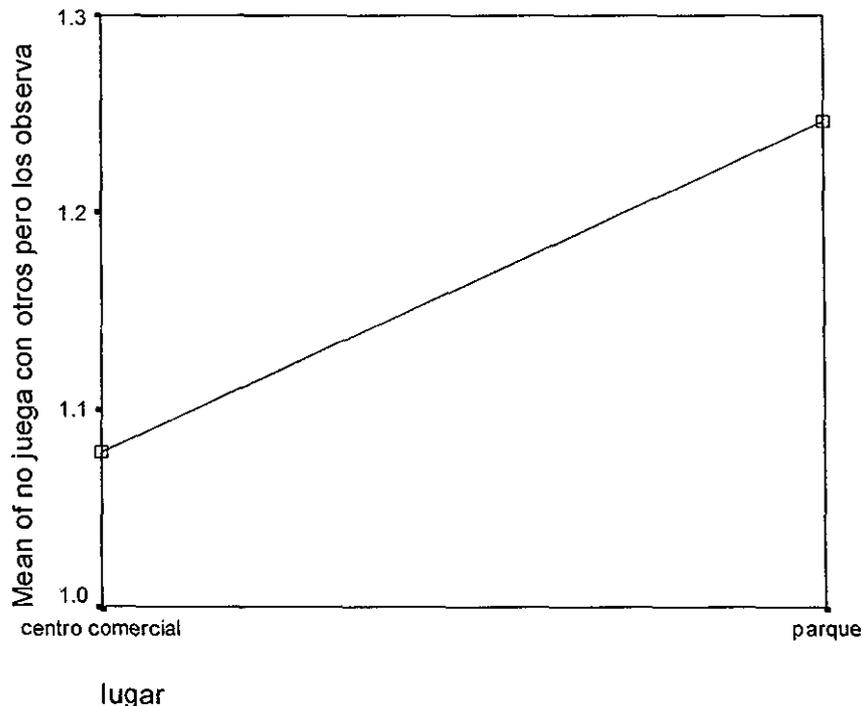
En relación a la *VARIABLE NO JUEGA CON OTROS PERO LOS OBSERVA*, donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 9.818 con una $p = .007$ por lo tanto es $< .05$, SÍ se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los niños que acuden a Parques, ya que el 59 % reportan más llevar a cabo esta conducta.

TABLA # 9

DISTRIBUCIÓN DE LA PREGUNTA NO JUEGA CON OTROS PERO LOS OBSERVA.

	NO JUEGA CON OTROS PERO LOS OBSERVA			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	54	47.0	72	59.0
NO	35	30.4	40	32.8
No respondió	26	22.6	10	8.2

GRAFICA # 5 MEDIA POR ESCENARIO



Como se observa en la GRÁFICA # 5 la *MEDIA* para la conducta de NO JUEGA CON OTROS PERO LOS OBSERVA, fue **más alta en Parques** que en Centros Comerciales.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

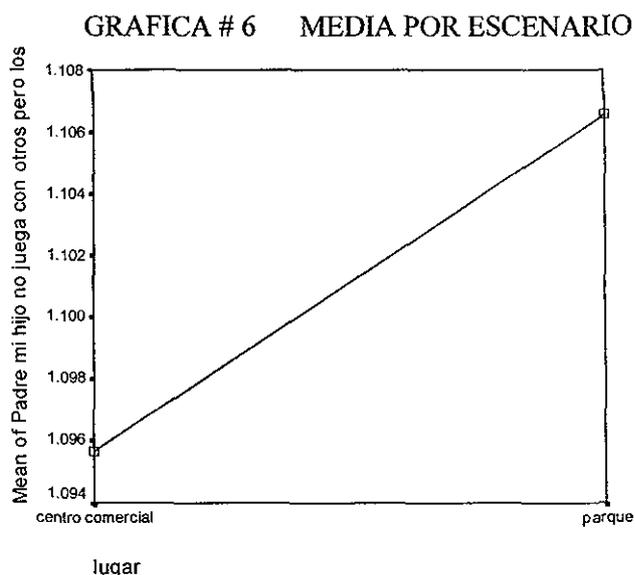
E.I.2.6.- Dentro del mismo rubro por otra parte se observa que en el caso de los Padres de igual forma que los niños reportan que la conducta de NO JUEGA CON OTROS PERO LOS OBSERVA POR PARTE DE SUS HIJOS se da mas en los Parques, el 54.9 %; que en los Centros Comerciales el 36.5 %. (Ver Tabla 10)

TABLA # 10

	REPORTE DE LOS PADRES NO JUEGA CON OTROS PERO LOS OBSERVA			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	42	36.5	67	54.9
NO	42	36.5	34	27.9
No respondió	31	27.0	21	17.2

ANÁLISIS INFERENCIAL

En relación a la *VARIABLE NO JUEGA CON OTROS PERO LOS OBSERVA*, REPORTE DE LOS PADRES donde el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 8.30 con una $p = .016$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres a las conductas de sus hijos que acuden a Parques, en comparación con los niños que acuden a Centros Comerciales, debido a que en Parques los padres dicen que sus hijos presentan más ésta conducta (54.9 %)



Como se observa en la GRÁFICA# 6 la *MEDIA* en el reporte de los PADRES en la pregunta NO JUEGA CON OTROS PERO LOS OBSERVA fue **más alta en Parques** que en Centros Comerciales.

ANÁLISIS INFERENCIAL

Para encontrar la diferencia entre las contestaciones de los niños y padres a la misma pregunta de la *VARIABLE NO JUEGA CON OTROS PERO LOS OBSERVA*, donde en:

- Centro Comercial el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 116.33 con una $p = .000$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres con respecto a las respuestas de los hijos, debido a que en los Centros Comerciales LOS PADRES dicen que SUS HIJOS, SI presentan más ésta conducta. (97.6 %).
- En los Parques el valor de Chi Cuadrada Pearson fue de 78.58 con una $p = 0.000$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres con respecto a las respuestas de los hijos, debido a que en los Parque LOS PADRES dicen que SUS HIJOS, SI presentan más ésta conducta (91 %).

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

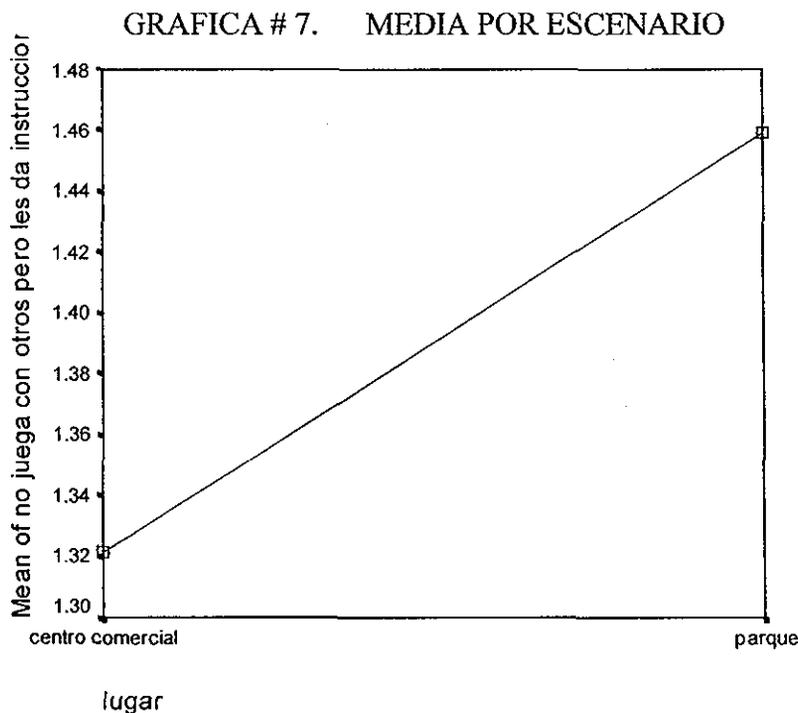
E.1.2.7.- Por otro lado, con relación a la aplicación del cuestionario sobre el juego de los niños, se encontró que para la *Variable* NO JUEGA CON OTROS PERO LES DA INSTRUCCIONES O SUGIERE, 52.2 % de los niños en Centros Comerciales, reportan mas llevar a cabo esta conducta que los niños de los Parques 47.5 % (*Ver tabla 11*).

TABLA # 11
DISTRIBUCIÓN DE LA PREGUNTA NO JUEGA CON OTROS PERO LES DA INSTRUCCIONES O SUGIERE.

	NO JUEGA CON OTROS PERO LES DA INSTRUCCIONES O SUGIERE.			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	60	52.2	58	47.5
NO	46	40	60	49.2
No respondió	9	7.8	4	3.3

ANÁLISIS INFERENCIAL

En relación a la *VARIABLE NO JUEGA CON OTROS PERO, LES DA INSTRUCCIONES O SUGIERE*, donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 3.602 con una $p = .165$ por lo tanto es $>$ que .05, NO se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las RESPUESTAS DE LOS NIÑOS que acuden a Parques, en comparación con los niños que acuden a Centros Comerciales.



Como se observa en la GRÁFICA # 7 la *MEDIA* para la conducta de NO JUEGA CON OTROS PERO LES DA INSTRUCCIONES O SUGIERE., fue **más alta en Parques** que en Centros Comerciales.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

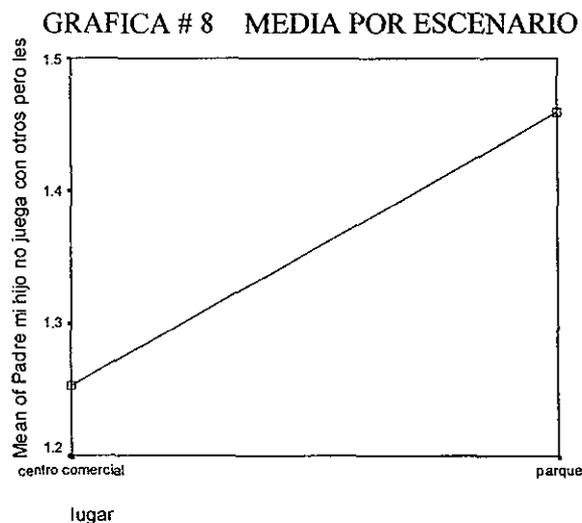
E.I.2.8.- Así mismo, dentro del mismo indicador se observa que en el caso de los padres de igual forma que los niños reportan que la conducta de **NO JUEGA CON OTROS PERO LES DA INSTRUCCIONES O SUGIERE POR PARTE DE SUS HIJOS** se da más en los Centros Comerciales, el 36.5 %; que en los Parques el 31.1 %. (Ver Tabla 12).

TABLA # 12

	REPORTE DE LOS PADRES EN LA PREGUNTA NO JUEGA CON OTROS PERO LES DA INSTRUCCIONES O SUGIERE POR PARTE DE SUS HIJOS.			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	42	36.5	38	31.1
NO	51	44.3	70	57.4
No respondió	22	19.1	14	11.5

ANÁLISIS INFERENCIAL

En relación a la *VARIABLE NO JUEGA CON OTROS PERO LES DA INSTRUCCIONES O SUGIERE POR PARTE DE SUS HIJOS* REPORTE DE LOS PADRES donde el valor de Chi – Cuadrada Pearson fue de 4.75 con una $p = .093$ por lo tanto es $>$ que .05, NO se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a Centros Comerciales, en comparación con los niños que acuden a Parques.



Como se observa en la GRAFICA # 8 la *MEDIA* para REPORTE DE LOS PADRES EN LA PREGUNTA NO JUEGA CON OTROS PERO LES DA INSTRUCCIONES O SUGIERE POR PARTE DE SUS HIJOS., fue más alta en Parques que en Centros Comerciales.

ANÁLISIS INFERENCIAL

Para encontrar la diferencia entre las contestaciones de los niños y padres a la misma pregunta de la *VARIABLE NO JUEGA CON OTROS PERO LES DA INSTRUCCIONES O SUGIERE POR PARTE DE SUS HIJOS.*, donde en:

- Centro Comercial el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 66.55 con una $p = .000$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres con respecto a las respuestas de los hijos, debido a que en los Centros Comerciales LOS PADRES dicen que SUS HIJOS, SI presentan más ésta conducta. (95.2 %).

- En los Parques el valor de Chi Cuadrada Pearson fue de 80.80 con una $p = 0.000$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los hijos con respecto a las respuestas de los padres, debido a que en los Parques, los HIJOS dicen que NO presentan más ésta conducta (80 %).

ANÁLISIS DESCRIPTIVO.

E.1.2.9.- Por otra parte en la aplicación del cuestionario sobre el juego de los niños, se encontró que para la *Variable* JUEGA CON OTROS PERO NO EL MISMO JUEGO, 50.8 % de los Niños en Parques, reportan mas llevar a cabo esta conducta que los niños de los Centros Comerciales 48.7 % (Ver tabla 13)

	JUEGA CON OTROS PERO NO EL MISMO JUEGO			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	56	48.7	62	50.8
NO	60	43.5	56	45.9
No respondió	9	7.8	3	2.5

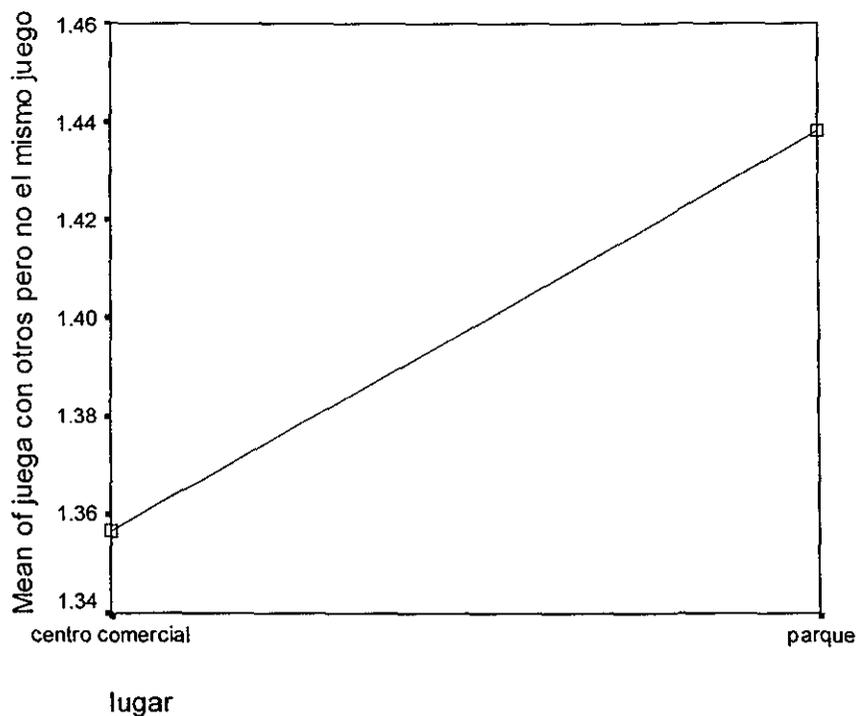
ANÁLISIS INFERENCIAL

En relación a la *VARIABLE JUEGA CON OTROS PERO NO EL MISMO JUEGO*, donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 3.494 con una $p = .174$ por lo tanto es $>$ que $.05$ NO se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a Centros Comerciales, en comparación con los niños que acuden a Parques .

TABLA # 13

DISTRIBUCIÓN DE LA PREGUNTA JUEGA CON OTROS PERO NO EL MISMO JUEGO

GRAFICA # 9 MEDIA POR ESCENARIO



Como se observa en la GRAFICA # 9 la *MEDIA* de JUEGA CON OTROS PERO NO EL MISMO JUEGO, fue **más alta en Parques** que en Centros Comerciales

ANÁLISIS DESCRIPTIVO.

E.I.2.10. Dentro de la misma actividad se observa que en el caso de los padres de igual forma que los niños reportan que la conducta de **JUEGA CON OTROS PERO NO EL MISMO JUEGO POR PARTE DE SUS HIJOS** se da más en los Parques, el 42.6 %; que en los Centros Comerciales el 32.2 %. (Ver Tabla 14)

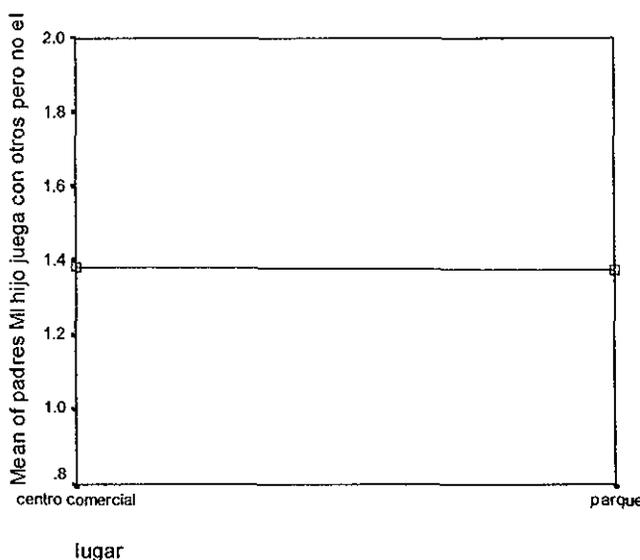
TABLA # 14

	REPORTE DE LOS PADRES EN LA PREGUNTA JUEGA CON OTROS PERO NO EL MISMO JUEGO POR PARTE DE SUS HIJOS			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	37	32.2	52	42.6
NO	61	53.0	58	47.5
No respondió	17	14.8	12	9.8

ANÁLISIS INFERENCIAL

En relación a la *VARIABLE JUEGA CON OTROS PERO NO EL MISMO JUEGO*, REPORTE DE LOS PADRES donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 3.26 con una $p = .196$ por lo tanto es $>$ que .05, NO se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a Centros Comerciales, en comparación con los niños que acuden a Parques.

GRAFICA # 10 MEDIA POR ESCENARIO



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

En la GRAFICA # 10 la *MEDIA* del reporte de los PADRES en la pregunta **JUEGA CON OTROS PERO NO EL MISMO JUEGO POR PARTE DE SUS HIJOS**, fue la misma en ambos escenarios.

ANÁLISIS INFERENCIAL

La diferencia entre las contestaciones de los niños y padres a la misma pregunta de la *variable JUEGA CON OTROS PERO NO EL MISMO JUEGO*, donde en:

- Centro Comercial el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 73.72 con una $p = .000$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres con respecto a las respuestas de los hijos, debido a que en los Centros Comerciales LOS NIÑOS dicen que, NO presentan más ésta conducta. (76 %).
- En los Parques el valor de Chi Cuadrada Pearson fue de 95.96 con una $p = 0.000$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los hijos con respecto a las respuestas de los padres, debido a que en los Parques, los PADRES dicen que sus HIJOS, SI presentan más ésta conducta (94.2 %).

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

E.I.2.11.- Con referencia a la aplicación del cuestionario sobre el juego de los niños, se encontró que para la *Variable* JUEGA CON OTROS Y HACE LO QUE LE DICEN 57.4 % de los niños en Centros Comerciales, reportan mas llevar a cabo esta conducta que los niños de los Parques 55.7 % (Ver tabla 15)

TABLA # 15

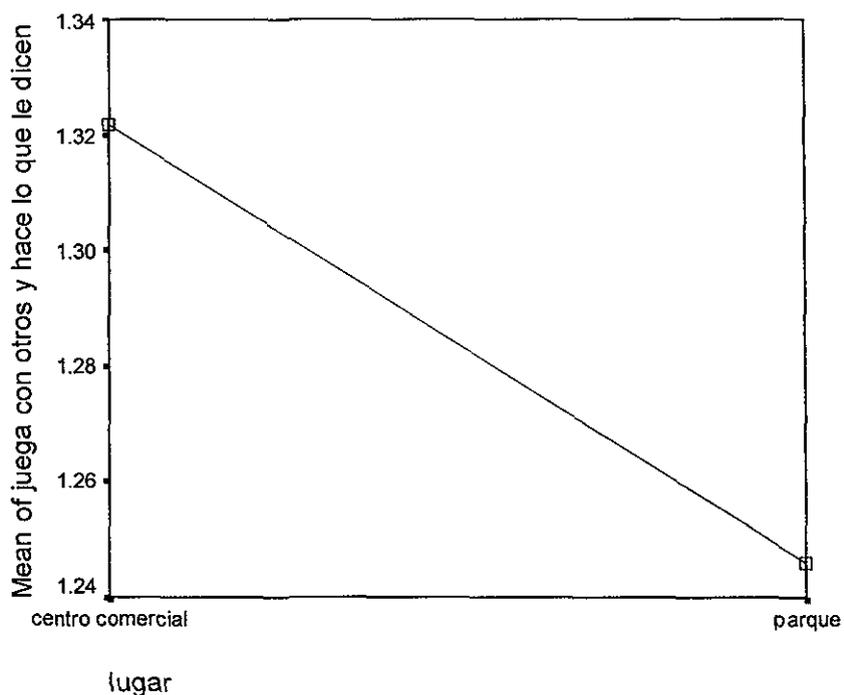
DISTRIBUCIÓN DE LA PREGUNTA JUEGA CON OTROS Y HACE LO QUE LE DICEN

	JUEGA CON OTROS Y HACE LO QUE LE DICEN			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	66	57.4	68	55.7
NO	43	37.4	42	34.4
No respondió	6	5.2	12	9.8

ANÁLISIS INFERENCIAL

En relación a la *VARIABLE JUEGA CON OTROS Y HACE LO QUE LE DICEN*, donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 1.836 con una $p = .399$ por lo tanto es $>$ que .05, NO se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los niños que acuden a Parques en comparación con los niños que acuden a Centros Comerciales.

GRAFICA # 11 MEDIA POR ESCENARIO



- Como se observa en la GRAFICA # 11 la *MEDIA* para la pregunta JUEGA CON OTROS Y HACE LO QUE LE DICEN , fue **más alta en Centros Comerciales** que en Parques.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

E.I.2.12.- Dentro del mismo título se observa que en el caso de los padres reportan que la conducta de **JUEGA CON OTROS Y HACE LO QUE LE DICEN POR PARTE DE SUS HIJOS** se da más en los Parques el 49.2 %; que en los Centros Comerciales el 26.1 %. (Ver Tabla 16).

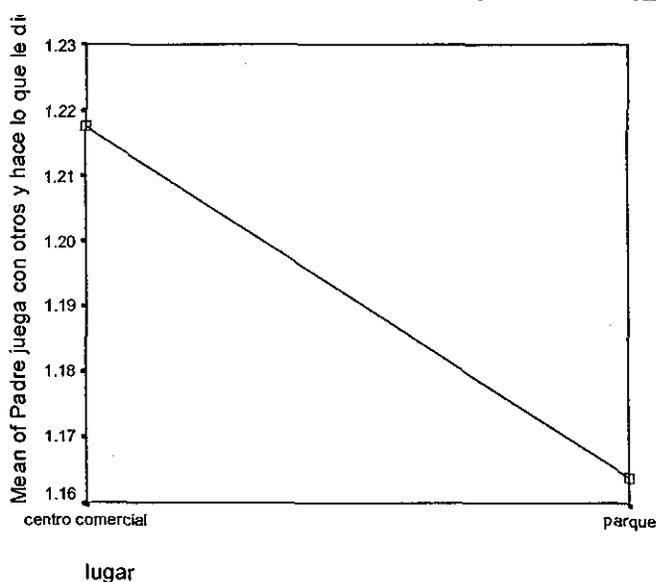
TABLA # 16

	JUEGA CON OTROS Y HACE LO QUE LE DICEN POR PARTE DE SUS HIJOS			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	30	26.1	60	49.2
NO	55	47.8	41	33.6
No respondió	30	26.1	21	17.2

ANÁLISIS INFERENCIAL

Con relación a la *VARIABLE JUEGA CON OTROS Y HACE LO QUE LE DICEN*, REPORTE DE LOS PADRES donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de .238 con una $p = .001$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres a las conductas de sus hijos que acuden a **Parques**, en comparación con los niños que acuden a Centros Comerciales, debido a que en los **Parques** los **Padres** dicen que sus hijos presentan más ésta conducta (49.2 %).

GRAFICA # 12 MEDIA POR ESCENARIO



En la GRAFICA # 12, la *MEDIA* para la conducta de **JUEGA CON OTROS Y HACE LO QUE LE DICEN POR PARTE DE SUS HIJOS**, fue más alta en Centros Comerciales que en Parques.

ANÁLISIS INFERENCIAL

La diferencia entre las contestaciones de los niños y padres a la misma pregunta de la *variable JUEGA CON OTROS Y HACE LO QUE LE DICEN* donde en:

- Centro Comercial el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 55.88 con una $p = .000$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres con respecto a las respuestas de los hijos, debido a que en los Centros Comerciales los **PADRES** dicen que sus **HIJOS**, **NO** presentan más ésta conducta (65.5 %).
- En los Parques el valor de Chi Cuadrada Pearson fue de 97.45 con una $p = .000$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los hijos con respecto a las respuestas de los padres, debido a que en los Parques, los **PADRES** dicen que sus **HIJOS**, **SI** presentan más ésta conducta (93.3 %).

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

E.I.2.13- De la misma manera en la aplicación del cuestionario sobre el juego de los niños, se encontró que para la *Variable* **JUEGA CON OTROS Y SE UNE AL JUEGO** 89.6 % de los niños en Centros Comerciales, reportan mas llevar a cabo esta conducta que los niños de los Parques 87.7 % (*Ver tabla 17*)

TABLA # 17

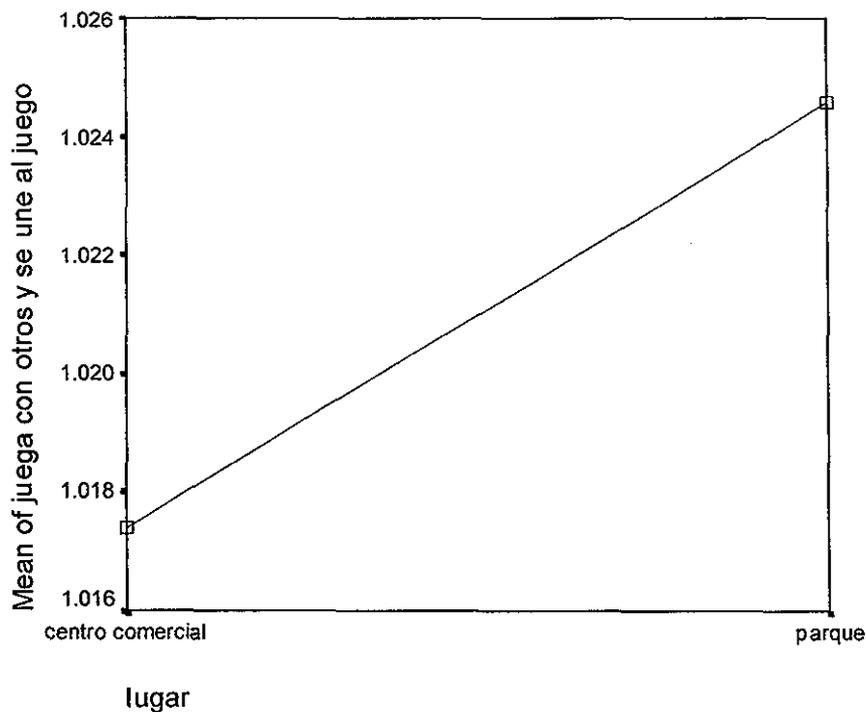
DISTRIBUCIÓN DE LA PREGUNTA JUEGA CON OTROS Y SE UNE AL JUEGO

	JUEGA CON OTROS Y SE UNE AL JUEGO			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	103	89.6	107	87.7
NO	7	6.1	9	7.4
No respondió	5	4.3	6	4.9

ANÁLISIS INFERENCIAL

En relación a la *VARIABLE JUEGA CON OTROS Y SE UNE AL JUEGO*, donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de .211 con una $p = .900$ por lo tanto es $>$ que .05, NO se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los niños que acuden a Parques, comparación con los niños que acuden a Centros Comerciales

GRAFICA # 13 MEDIA POR ESCENARIO



- Como se observa en la GRAFICA # 13 la *MEDIA* para la pregunta **JUEGA CON OTROS Y SE UNE AL JUEGO**, fue más alta en Parques que en Centros Comerciales

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

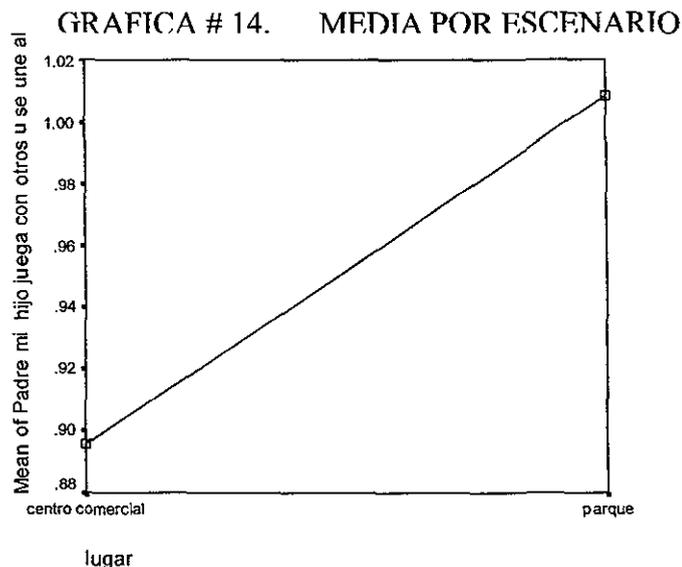
E.I.2.14.- Sin embargo, se observa que en el caso de los padres reportan que la conducta de **JUEGA CON OTROS Y SE UNE AL JUEGO POR PARTE DE SUS HIJOS** se da más en los Parques, el 89.3 %; que en los Centros Comerciales el 75.7 %. (Ver Tabla 18).

TABLA # 18

	JUEGA CON OTROS Y SE UNE AL JUEGO, REPORTE DE LOS PADRES			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	87	75.7	109	89.3
NO	8	7.0	7	5.7
No respondió	20	17.4	6	4.9

ANÁLISIS INFERENCIAL

En relación a la *VARIABLE JUEGA CON OTROS Y SE UNE AL JUEGO*, REPORTE DE LOS PADRES donde el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 9.87 con una $p = .007$ por lo tanto es $< .05$, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres a las conductas de sus hijos que acuden a Parques, en comparación con los niños que acuden a Centros Comerciales, debido a que en los Parques los Padres dicen que sus hijos presentan más ésta conducta (89.3 %).



Como se observa en la GRAFICA # 14 la media para el reporte de los PADRES A LA CONDUCTA DE JUEGA CON OTROS Y SE UNE AL JUEGO POR PARTE DE SUS HIJOS, fue más alta en Parques que en Centros Comerciales

ANÁLISIS INFERENCIAL

La diferencia entre las contestaciones de los niños y padres a la misma pregunta de la *variable JUEGA CON OTROS Y HACE LO QUE LE DICEN* donde en:

- Centro Comercial el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 14.35 con una $p = .006$ por lo tanto es $< .05$, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres con respecto a las respuestas de los hijos, debido a que en los Centros Comerciales los PADRES dicen que sus HIJOS, SI presentan más ésta conducta (95.4 %).
- En los Parques el valor de Chi Cuadrada Pearson fue de 63.66 con una $p = .000$ por lo tanto es $< .05$, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los hijos con respecto a las respuestas de los padres, debido a que en los Parques, los NIÑOS dicen que, SI presentan más ésta conducta (63.66 %).

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

E.I.2.15.- De la misma manera dentro del mismo indicador en la aplicación del cuestionario sobre el juego de los niños, se encontró que para la *Variable JUEGA CON OTROS Y ESCOGE SER LIDER*, 53.0 % de los niños en Centros Comerciales, reportan mas llevar a cabo esta conducta que los niños de los Parques 47.5 % (*Ver tabla 19*)

TABLA # 19

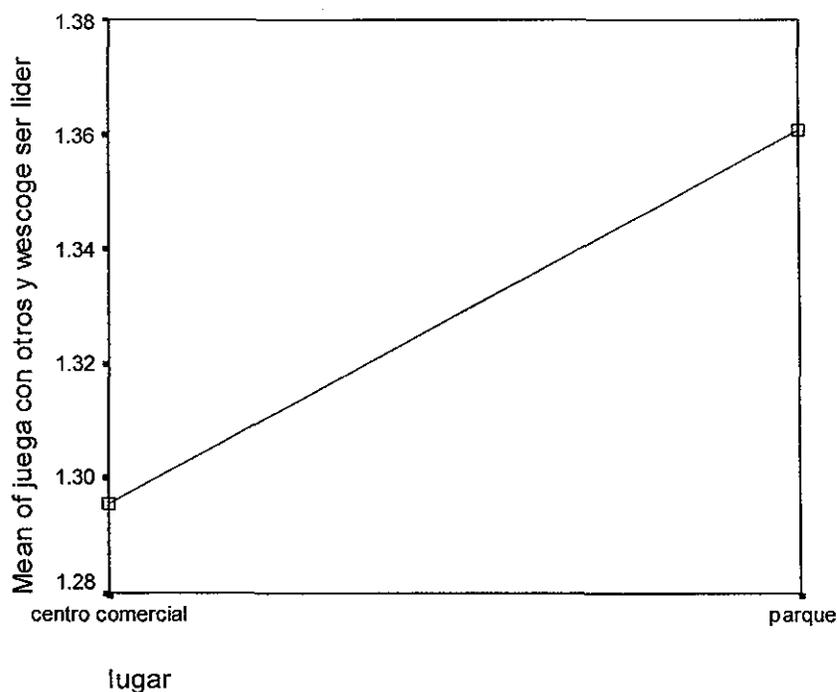
DISTRIBUCIÓN DE LA PREGUNTA JUEGA CON OTROS Y ESCOGE SER LIDER

	JUEGA CON OTROS Y ESCOGE SER LIDER			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	61	53.0	58	47.5
NO	44	38.3	54	44.3
No respondió	10	8.7	10	8.2

ANÁLISIS INFERENCIAL

En relación a la *VARIABLE JUEGA CON OTROS Y ESCOGE SER LIDER*, donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de .890 con una $p = .641$ por lo tanto es $>$ que .05 NO se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a Centros Comerciales, en comparación con los niños que acuden a Parques .

GRAFICA # 15. MEDIA POR ESCENARIO



- Como se observa en la GRAFICA # 15 la *MEDIA PARA LA CONDUCTA DE JUEGA CON OTROS Y ESCOGE SER LIDER*, fue más alta en parques que en centros comerciales.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

E.I.2.16. Así mismo, se observa que en el caso de los padres de igual forma que los niños reportan que la conducta de **JUEGA CON OTROS Y ESOGO SER LIDER POR PARTE DE SUS HIJOS** se da más en los Centros Comerciales, el 49.6 %; que en los Parques el 39.3 %. (Ver Tabla 20)

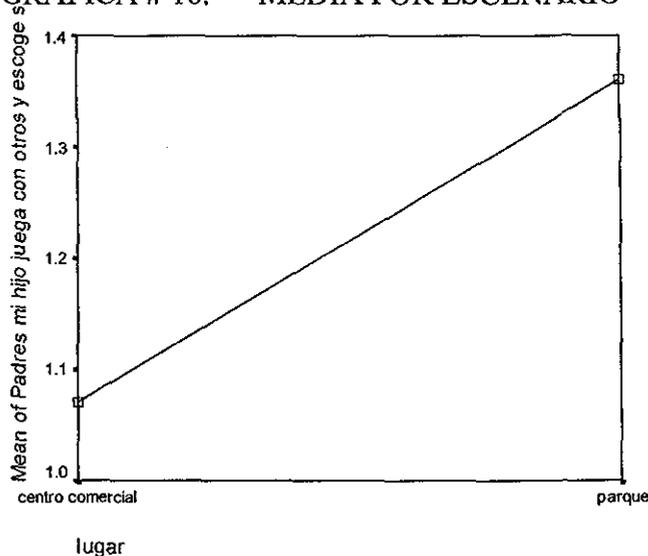
TABLA # 20

	JUEGA CON OTROS Y ESOGO SER LIDER POR PARTE DE SUS HIJOS			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	57	49.6	48	39.3
NO	33	28.7	59	48.4
No respondió	25	21.7	15	12.3

ANÁLISIS INFERENCIAL

En relación a la *VARIABLE JUEGA CON OTROS Y ESCOGE SER LÍDER*, REPORTE POR PARTE DE LOS PADRES donde el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 10.42 con una $p = .005$ por lo tanto es $< .05$ SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres a las conductas de sus hijos que acuden a **Centros Comerciales**, en comparación con los niños que acuden a parques, debido a que en los **Centros Comerciales** los **Padres** dicen que sus hijos presentan más ésta conducta (**49.6 %**).

GRAFICA # 16. MEDIA POR ESCENARIO



En la GRAFICA # 16 la *media* para el reporte de los padres en la pregunta de la conducta de **JUEGA CON OTROS Y ESOGO SER LIDER POR PARTE DE SUS HIJOS**, fue **más alta en Parques** que en Centros Comerciales.

ANÁLISIS INFERENCIAL

La diferencia entre las contestaciones de los niños y padres a la misma pregunta de la *variable JUEGA CON OTROS Y HACE LO QUE LE DICEN* donde en:

- Centro Comercial el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 95.35 con una $p = .00$ por lo tanto es $< .05$, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres con respecto a las respuestas de los hijos, debido a que en los Centros Comerciales los **PADRES** dicen que sus **HIJOS**, SI presentan más ésta conducta (**91.2 %**).
- En los Parques el valor de Chi Cuadrada Pearson fue de 79.73 con una $p = .000$ por lo tanto es $< .05$, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los hijos con respecto a las respuestas de los padres, debido a que en los Parques, los **PADRES** dicen que sus **HIJOS**, SI presentan más ésta conducta (**91.7 %**).

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

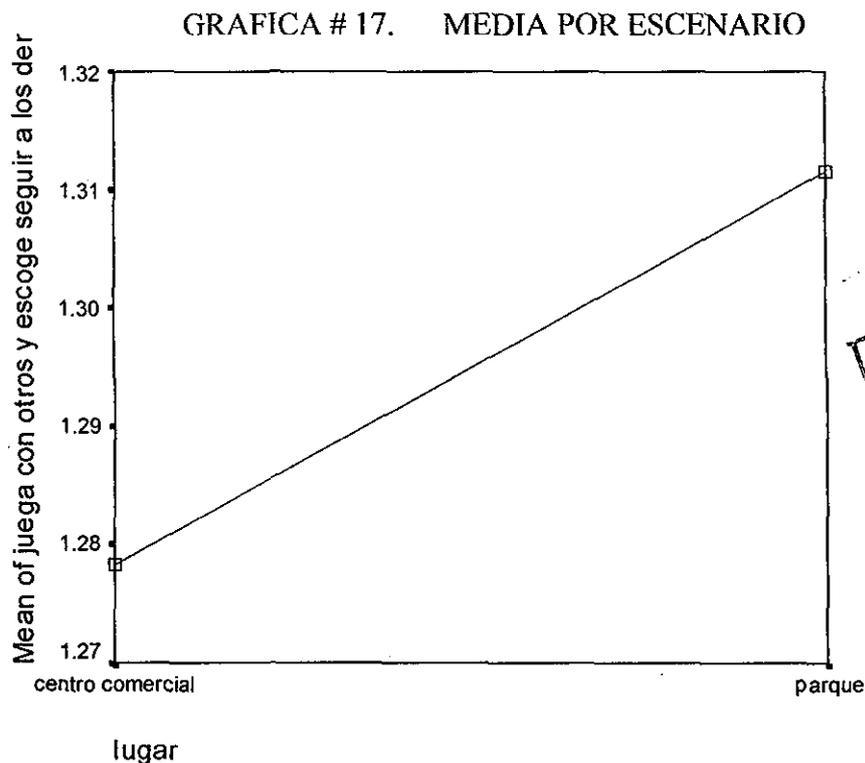
E.I.2.17.- Con referencia a la aplicación del cuestionario sobre el juego de los niños, se encontró que para la *Variable* JUEGA CON OTROS Y ESCOGE SEGUIR A LOS DEMÁS 65.6 % de los Niños en Parques, reportan mas llevar a cabo esta conducta que los niños de los Centros Comerciales 65.2 % (Ver tabla 21)

TABLA # 21
DISTRIBUCIÓN DE LA PREGUNTA JUEGA CON OTROS Y ESCOGE SEGUIR A LOS DEMÁS

	JUEGA CON OTROS Y ESCOGE SEGUIR A LOS DEMÁS			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	75	65.2	80	65.6
NO	36	31.3	40	32.8
No respondió	4	3.5	2	1.6

ANÁLISIS INFERENCIAL

En relación a la *VARIABLE JUEGA CON OTROS Y ESCOGE SEGUIR A LOS DEMAS*, donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de .832 con una $p = .660$ por lo tanto es $< .05$ NO se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a Centros Comerciales, en comparación con los niños que acuden a Parques .



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

- Como se observa en la GRAFICA # 17 la *MEDIA* para la conducta de JUEGA CON OTROS Y ESCOGE SEGUIR A LOS DEMÁS , fue **más alta en Parques** que en centros comerciales

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

E.I.2.18.-Dentro del mismo rubro se observa que en el caso de los padres de igual forma que los niños reportan que la conducta de **JUEGA CON OTROS Y ESCOGE SEGUIR A LOS DEMÁS POR PARTE DE SUS HIJOS** se da mas en los Parques, el 58.2 %; que en los Centros Comerciales el 56.5 %. (Ver Tabla 22)

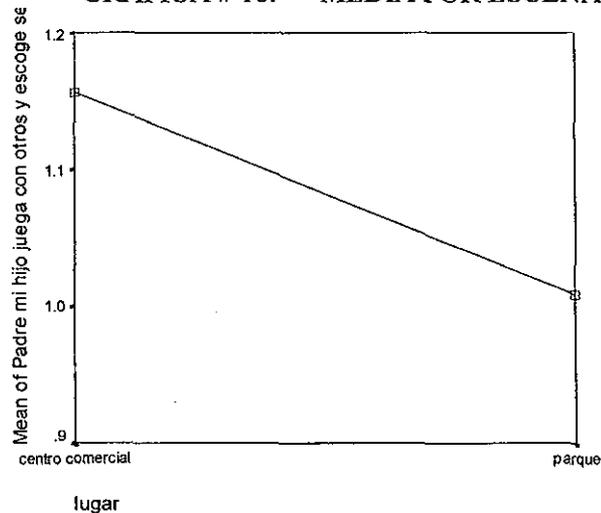
TABLA # 22

	PADRES EN LA PREGUNTA JUEGA CON OTROS Y ESCOGE SEGUIR A LOS DEMÁS			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	65	56.5	71	58.2
NO	34	29.6	26	21.3
No respondió	16	13.9	25	20.5

ANÁLISIS INFERENCIAL

En relación a la *VARIABLE JUEGA CON OTROS Y ESCOGE SEGUIR A LOS DEMÁS*, REPORTE DE LOS PADRES donde el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 3.103 con una $p = .212$ por lo tanto es $<$ que .05, NO se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres y de los hijos, que acuden a Centros Comerciales, en comparación con los niños que acuden a Parques.

GRAFICA # 18. MEDIA POR ESCENARIO



Como se observa en la **GRAFICA # 18**, la **MEDIA** del reporte de los padres en la pregunta **JUEGA CON OTROS Y ESCOGE SEGUIR A LOS DEMÁS POR PARTE DE SUS HIJOS**, fue **más alta en Centros Comerciales** que en parques.

ANÁLISIS INFERENCIAL

La diferencia entre las contestaciones de los niños y padres a la misma pregunta de la *variable JUEGA CON OTROS Y HACE LO QUE LE DICEN* donde en:

- Centro Comercial el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 58.34 con una $p = .000$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres con respecto a las respuestas de los hijos, debido a que en los Centros Comerciales los PADRES dicen que sus HIJOS, SI presentan más ésta conducta (90.8 %).
- En los Parques el valor de Chi Cuadrada Pearson fue de 83.44 con una $p = .000$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los hijos con respecto a las respuestas de los padres, debido a que en los Parques, los PADRES dicen que sus HIJOS, SI presentan más ésta conducta (95.8 %).

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

E.I.2.19.- Con relación a la aplicación del cuestionario sobre el juego de los niños, se encontró que para la *Variable* JUEGA CON OTROS COMPARTIENDO SUS JUGUETES 82.6.0 % de los niños en Centros Comerciales, reportan mas llevar a cabo esta conducta que los niños de los Parques 52.5 % (*Ver tabla 23*)

TABLA # 23

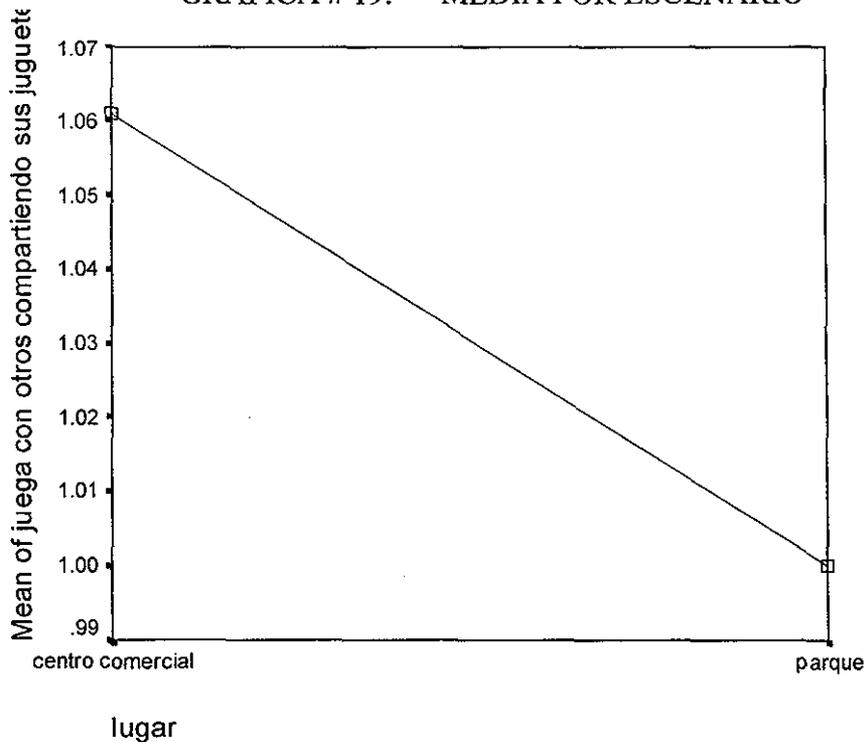
DISTRIBUCIÓN DE LA PREGUNTA JUEGA CON OTROS COMPARTIENDO SUS JUGUETES

	JUEGA CON OTROS COMPARTIENDO SUS JUGUETES			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	100	82.6	106	52.5
NO	11	9.6	8	41.0
No respondió	4	3.5	8	6.6

ANÁLISIS INFERENCIAL

Con relación a la *VARIABLE JUEGA CON OTROS COMPARTIENDO SUS JUGUETES*, donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 1.77 con una $p = .411$ por lo tanto es $<$ que .05, NO se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a Centros Comerciales, en comparación con los niños que acuden a Parques.

GRAFICA # 19. MEDIA POR ESCENARIO



Como se observa en la GRÁFICA # 19 la *MEDIA* para la conducta JUEGA CON OTROS COMPARTIENDO SUS JUGUETES, fue **más alta en Centros Comerciales** que en Parques.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

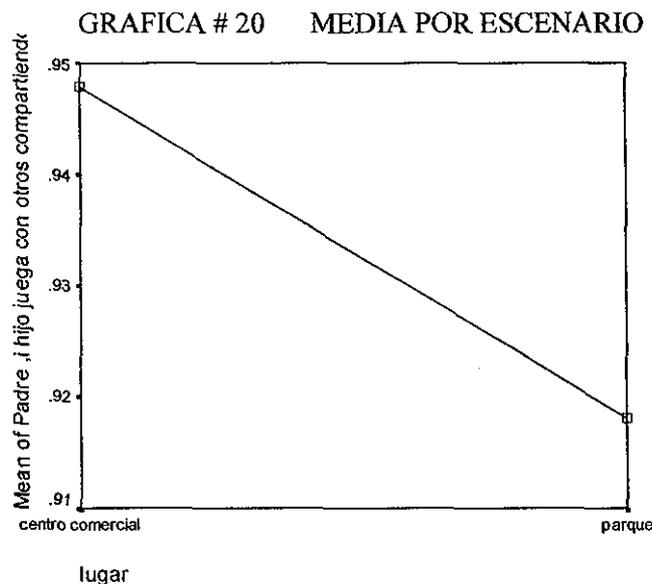
E.I.2.20.- Así mismo dentro del mismo rubro, se observa que en el caso de los Padres de igual forma que los niños, reportan que la conducta de **JUEGA CON OTROS COMPARTIENDO SUS JUGUETES POR PARTE DE SUS HIJOS** se da más en los Centros Comerciales, el 82.6 %; que en los Parques el 80.3 % (*Ver Tabla 24*).

TABLA # 24

	JUEGA CON OTROS COMPARTIENDO SUS JUGUETES POR PARTE DE SUS HIJOS			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	95	82.6	98	80.3
NO	7	6.1	7	5.7
No respondió	13	11.3	17	13.9

ANÁLISIS INFERENCIAL

Con relación a la *VARIABLE JUEGA CON OTROS COMPARTIENDO SUS JUGUETES, REPORTE DE LOS PADRES* donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de .374 con una $p = .83$ por lo tanto es $>$ que .05, NO se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres y de sus hijos, que acuden a **Centros Comerciales**, en comparación con los que acuden a Parques.



Como se observa en la GRÁFICA # 20 la *MEDIA* del reporte de los PADRES en la pregunta para la conducta **JUEGA CON OTROS COMPARTIENDO SUS JUGUETES POR PARTE DE SUS HIJOS**, fue más **alta** en **Centros Comerciales** que en Parques.

ANÁLISIS INFERENCIAL

La diferencia entre las contestaciones de los niños y padres a la misma pregunta de la *variable JUEGA CON OTROS Y HACE LO QUE LE DICEN* donde en:

- Centro Comercial el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 55.79 con una $p = .000$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres con respecto a las respuestas de los hijos, debido a que en los Centros Comerciales los PADRES dicen que sus HIJOS, SI presentan más ésta conducta (96.8 %).
- En los Parques el valor de Chi Cuadrada Pearson fue de 48.25 con una $p = .000$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los hijos con respecto a las respuestas de los padres, debido a que en los Parques, los PADRES dicen que sus HIJOS, SI presentan más ésta conducta (96.9 %).

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

E.1.2.21.- Por otro lado en la aplicación del cuestionario sobre el juego de los niños, se encontró que para la *Variable SIEMPRE QUIERE EL JUGUETE DE OTRO NIÑO* 52.5 % de los niños en Parques, reportan más llevar a cabo esta conducta que los niños de los Centros Comerciales 27.8 % (Ver tabla 25)

TABLA # 25

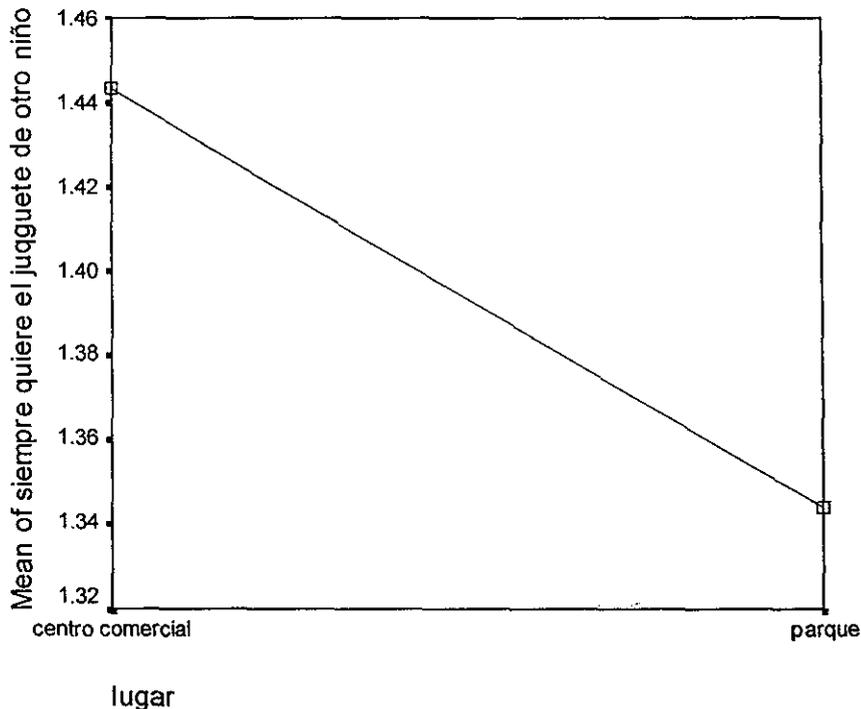
DISTRIBUCIÓN DE LA PREGUNTA SIEMPRE QUIERE EL JUGUETE DE OTRO NIÑO

	SIEMPRE QUIERE EL JUGUETE DE OTRO NIÑO			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	32	27.8	64	52.5
NO	67	58.3	50	41.0
No respondió	16	13.9	8	6.6

ANÁLISIS INFERENCIAL

En relación a la *VARIABLE SIEMPRE QUIERE EL JUGUETE DE OTRO NIÑO*, donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 15.61 con una $p = .000$ por lo tanto es $>$ que .05 Sí se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los niños que acuden a Parques, ya que el 52.5 % reportan más llevar a cabo esta conducta.

GRAFICA # 21. MEDIA POR ESCENARIO



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Como se observa en la GRAFICA # 21 la *MEDIA* para la conducta de SIEMPRE QUIERE EL JUGUETE DE OTRO NIÑO fue **más alta en Centros Comerciales**, que en Parques.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

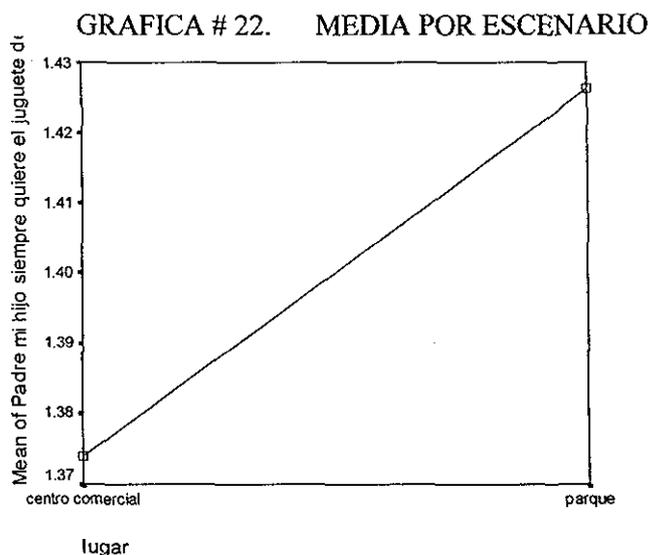
E.I.2.22.- Para la misma variable en la misma dimensión, se observa que en el caso de los padres de igual forma que los niños reportan que la conducta de SIEMPRE QUIERE EL JUGUETE DE OTRO NIÑO POR PARTE DE SUS HIJOS se da más en los Parques, el 37.7%; que en los Centros Comerciales el 19.1%. (Ver Tabla 26).

TABLA # 26

	REPORTE DE LOS PADRES EN LA PREGUNTA SIEMPRE QUIERE EL JUGUETE DE OTRO NIÑO.			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	22	19.1	46	37.7
NO	68	59.1	64	52.5
No respondió	25	21.7	12	9.8

ANÁLISIS INFERENCIAL

En relación al caso de los padres de igual forma que los niños reportan que la conducta de SIEMPRE QUIERE EL JUGUETE DE OTRO NIÑO POR PARTE DE SUS HIJOS, donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 12.96 con una $p = .002$ por lo tanto es $<$ que .05, SÍ se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los niños que acuden a Parques, ya que el 37.7% reportan más llevar a cabo esta conducta.



Como se observa en la GRAFICA # 22. la **MEDIA** para reporte de los PADRES EN LA PREGUNTA DE LA CONDUCTA SIEMPRE QUIERE EL JUGUETE DE OTRO NIÑO POR PARTE DE SUS HIJOS, fue **más alta en Parques** que en Centros Comerciales.

ANÁLISIS INFERENCIAL

La diferencia entre las contestaciones de los niños y padres a la misma pregunta de la *variable* JUEGA CON OTROS Y HACE LO QUE LE DICEN donde en:

- Centro Comercial el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 89.58 con una $p = .000$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres con respecto a las respuestas de los hijos, debido a que en los Centros Comerciales los NIÑOS, dicen que NO presentan más ésta conducta (79.1 %).

- En los Parques el valor de Chi Cuadrada Pearson fue de 63.38 con una $p = .000$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los hijos con respecto a las respuestas de los padres, debido a que en los Parques, los PADRES dicen que sus HIJOS, SI presentan más ésta conducta (93.5 %)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

E.I.2.23- Con relación a la aplicación del cuestionario sobre el juego de los niños, se encontró que para la Variable ESPERA SU TURNO PARA JUGAR 83.5 % de los niños en Centros Comerciales, reportan mas llevar a cabo esta conducta que los niños de los Parques 80.3 % (Ver tabla 27).

TABLA # 27

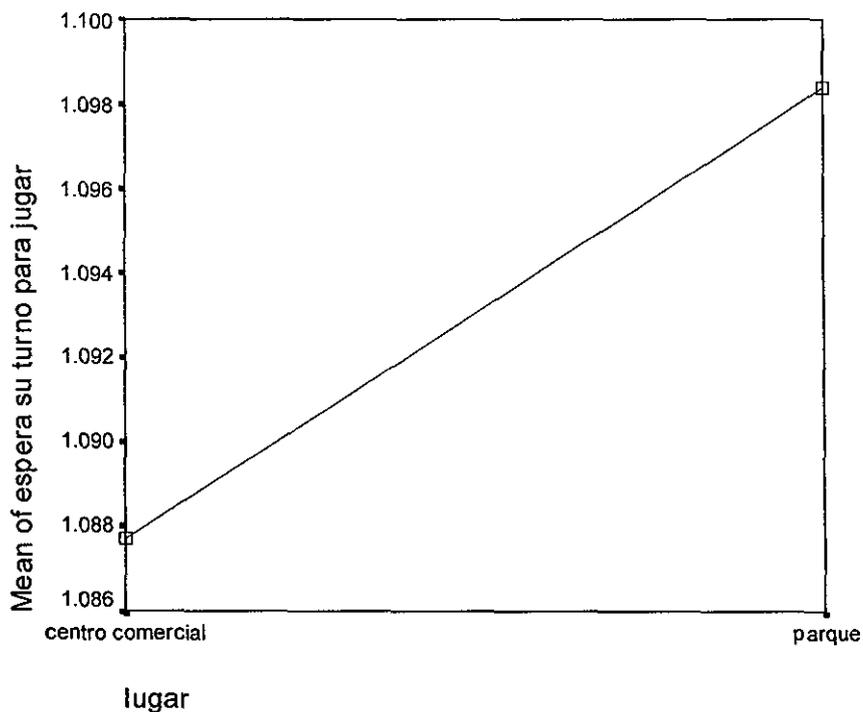
DISTRIBUCIÓN DE LA PREGUNTA ESPERA SU TURNO PARA JUGAR

	ESPERA SU TURNO PARA JUGAR			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	96	83.5	98	80.3
NO	14	12.2	18	14.8
No respondió	4	3.5	6	4.9

ANÁLISIS DIFERENCIAL

En relación a la *VARIABLE ESPERA SU TURNO PARA JUGAR*, donde el valor de Chi – Cuadrada Pearson fue de .650 con una $p = .722$ por lo tanto es $>$ que .05 NO se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los niños que acuden a Centros Comerciales, en comparación con los niños que acuden a Parques.

GRAFICA # 23 MEDIA POR ESCENARIO



- Como se observa en la GRAFICA # 23 la *MEDIA* para la conducta de ESPERA SU TURNO PARA JUGAR, fue **más alta en Parques** que en Centros Comerciales

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

E.I.2.24.- De la misma manera se observa que en el caso de los padres reportan que la conducta de ESPERA SU TURNO PARA JUGAR POR PARTE DE SUS HIJOS se da mas en los Parques, el 68.9 %; que en los Centros Comerciales el 60.9 % (Ver Tabla 28).

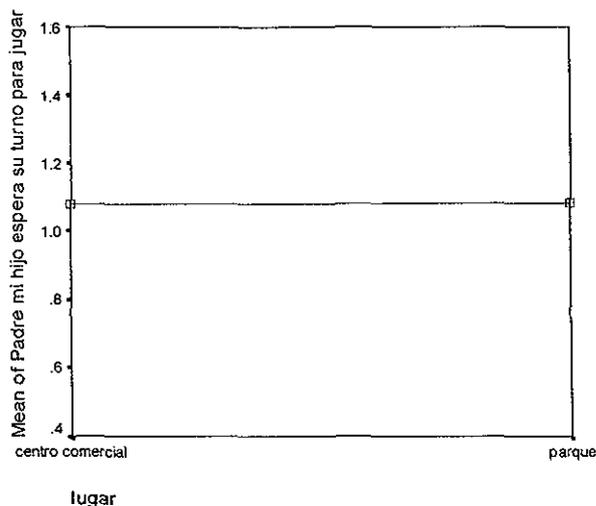
TABLA # 28

	ESPERA SU TURNO PARA JUGAR POR PARTE DE SUS HIJOS			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	70	60.9	84	68.9
NO	27	23.5	24	19.7
No respondió	18	15.7	14	11.5

ANÁLISIS INFERENCIAL

En relación a la *VARIABLE ESPERA SU TURNO PARA JUGAR*, REPORTE DE LOS PADRES donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 1.74 con una $p = .418$ por lo tanto es. $>$ que .05, NO se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres a las conductas de sus hijos que acuden a Centros Comerciales, en comparación con los niños que acuden a Parques.

GRAFICA # 24 MEDIA POR ESCENARIO



- Como se observa en la GRÁFICA # 24 la *MEDIA* del reporte de los PADRES EN LA PREGUNTA DE LA CONDUCTA ESPERA SU TURNO PARA JUGAR POR PARTE DE SUS HIJOS, fue la misma en Parques que en Centros Comerciales.

ANÁLISIS INFERENCIAL

La diferencia entre las contestaciones de los niños y padres a la misma pregunta de la *variable JUEGA CON OTROS Y HACE LO QUE LE DICEN* donde en:

- Centro Comercial el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 43.13 con una $p = .000$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres con respecto a las respuestas de los hijos, debido a que en los Centros Comerciales los NIÑOS, dicen que NO presentan más ésta conducta (98.6 %).
- En los Parques el valor de Chi Cuadrada Pearson fue de 69.05 con una $p = .000$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los hijos con respecto a las respuestas de los padres, debido a que en los Parques, los PADRES dicen que sus HIJOS, SI presentan más ésta conducta (94 %).

De acuerdo a la evaluación de las respuestas obtenidas de la aplicación del cuestionario por medio del análisis descriptivo se presenta la siguiente tabla que resume el porcentaje de las frecuencias de las conductas, comparando el Centro Comercial y el Parque. (Ver Tabla # 29)

TABLA # 29

	CONDUCTAS	sujetos	Probabilidad	Centros Comerciales	Parques
				%	%
E.1.2.1	JUEGA SOLO	SI niños	p= .068	36.5	23.0
		SI padres	p= .019	40.0	28.7
E.1.2.3	JUEGA IMAGINARIAMENTE	SI niños	p= .077	60.9	74.6
		SI padres	p= .104	48.7	60.7
E.1.2.5	NO JUEGA CON OTROS PERO LOS OBSERVA	SI niños	p= .007	47.0	59.0
		SI padres	p= .016	36.5	54.9
E.1.2.7	NO JUEGA CON OTROS PERO LES DA INSTRUCCIONES O SUGIERE	SI niños	p= .165	52.2	47.5
		SI padres	p= .093	36.5	31.1
E.1.2.9	JUEGA CON OTROS PERO NO EL MISMO JUEGO	SI niños	p= .174	48.7	50.8
		SI padres	p= .196	32.2	42.6
E.1.2.11	JUEGA CON OTROS Y HACE LO QUE LE DICEN	SI niños	p= .399	57.4	55.7
		SI padres	p= .001	26.1	49.2
E.1.2.13	JUEGA CON OTROS Y SE UNE AL JUEGO	SI niños	p= .900	89.6	87.7
		SI padres	p= .007	75.7	89.3
E.1.2.15	JUEGA CON OTROS Y ESCOGE SER LIDER	SI niños	p= .641	53.0	47.5
		SI padres	p= .005	49.6	39.3
E.1.2.17	JUEGA CON OTROS Y ESCOGE SEGUIR A LOS DEMÁS	SI niños	p= .660	65.2	65.6
		SI padres	p= .212	56.5	58.2
E.1.2.19	JUEGA CON OTROS COMPARTIENDO SUS JUGUETES	SI niños	p= .411	87.0	52.5
		SI padres	p= .83	82.6	80.3
E.1.2.21	SIEMPRE QUIERE EL JUGUETE DE OTRO NIÑO	SI niños	p= .000	27.8	52.5
		SI padres	p= .002	19.1	37.7
E.1.2.23	ESPERA SU TURNO PARA JUGAR	SI niños	p= .722	83.5	80.3
		SI padres	p= .418	60.9	68.9

PRINCIPALES CONDUCTAS EN CENTROS COMERCIALES

De la tabla # 29 se obtuvieron las principales conductas que refirieron los niños que expresan sus opiniones con respecto al juego, se enumeran a continuación de mayor a menor porcentajes de frecuencia. (Ver Tabla # 30).

TABLA # 30

1. E.I.2.13	Juega con otros y se une al juego	89.6 %
2. E.I.2.19	Juega con otros compartiendo sus juguetes	87%
3. E.I.2.23	Espera su turno para jugar	83.5%
4. E.I.2.17	Juega con otros y escoge seguir a los demás	65.2%
5. E.I.2.3	Juega imaginariamente	60.9 %
6. E.I.2.11	Juega con otros y hace lo que le dicen	57.4 %
7. E.I.2.7	No juega con otros pero les da instrucciones o sugiere	52.2 %
8. E.I.3.5	No juega con otros pero los observa	47 %

En relación a las *contestaciones de los padres* con respecto al juego de sus hijos, coinciden con sus hijos en las mismas variables, aunque con otro orden: (Ver Tabla # 31)

TABLA # 31

1. E.I.2.19	Juega con otros compartiendo sus juguetes	75.7 %
2. E.I.2.13	Juega con otros y se une al juego	82.6%
3. E.I.2.23	Espera su turno para jugar	60.9%
4. E.I.2.17	Juega con otros y escoge seguir a los demás	56.5 %
5. E.I.2.15	Juega con otros y escoge ser líder	49.6 %
6. E.I.2.3.	Juega imaginariamente	48.7 %
7. E.I.2.1.	Juega solo	40 %
8. E.I.2.7.	No juega con otros pero les da instrucciones o sugiere	36.5 %

PRINCIPALES CONDUCTAS EN PARQUES.

Y con respecto a las principales conductas en la opinión de los niños en los **PARQUES** se observa que las principales conductas que dicen que realizan de acuerdo al porcentaje de frecuencias en orden decreciente son: (Ver tabla # 32)

TABLA # 32

1. E.1.2.13	Juega con otros y se une al juego	87.7 %
2. E.1.2.23	Espera su turno para jugar	80.3%
3. E.1.2.3	Juega imaginariamente	74.6 %
4. E.1.2.17	Juega con otros y escoge seguir a los demás	65.6 %
5. E.1.3.5	No juega con otros pero los observa	59 %
6. E.1.2.11	Juega con otros y hace lo que le dicen	55.7 %
7. E.1.2.19	Juega con otros compartiendo sus juguetes	52.5 %
8. E.1.2.21	Siempre quiere el juguete de otro niño	52.5 %
9. E.1.2.9	Juega con otros pero no el mismo juego	50.8 %

En relación con las contestaciones de los padres con respecto al Juego de sus hijos, en Parques coinciden de las tres principales variables coinciden en las dos primeras con respecto a sus hijos: (Ver Tabla # 33)

TABLA # 33

1. E.1.2.13	Juega con otros y se une al juego	89.3 %
2. E.1.2.19	Juega con otros compartiendo sus juguetes	80.3 %
3. E.1.2.23	Espera su turno para jugar	68.9 %
4. E.1.2.3	Juega imaginariamente	60.7 %
5. E.1.2.17	Juega con otros y escoge seguir a los demás	58.2 %
6. E.1.3.5	No juega con otros pero los observa	54.9 %
7. E.1.2.11	Juega con otros y hace lo que le dicen	49.2 %
8. E.1.2.9	Juega con otros pero no el mismo juego	42.%

Se presenta la siguiente tabla que resume las conductas de frecuencias del análisis descriptivo columnas (1) y (2) y análisis inferencial de las respuestas de padres e hijos, columnas (A), (B), comparando el centro comercial y el parque. (Ver Tabla # 34)

TABLA # 34

CONDUCTAS			Centros Comerciales %		Parques %	
			Relación Padres-Hijos		Relación Padre/Hijo	
			A	1	B	2
E.1.2.1	JUEGA SOLO	SI niños		36.5		23.0
		SI padres	80 %	40.0	94.3	28.7
E.1.2.3	JUEGA IMAGINARIAMENTE	SI niños		60.9		74.6
		SI padres	96.4	48.7	98.6	60.7
E.1.3.5	NO JUEGA CON OTROS PERO LOS OBSERVA	SI niños		47.0		59.0
		SI padres	97.6	36.5	91	54.9
E.1.2.7	NO JUEGA CON OTROS PERO LES DA INSTRUCCIONES O SUGIERE	SI niños		52.2	NO 80	47.5
		SI padres	95.2	36.5		31.1
E.1.2.9	JUEGA CON OTROS PERO NO EL MISMO JUEGO	SI niños	NO 76	48.7		50.8
		SI padres		32.2	94.2	42.6
E.1.2.11	JUEGA CON OTROS Y HACE LO QUE LE DICEN	SI niños		57.4		55.7
		SI padres	65.5	26.1	93.3	49.2
E.1.2.13	JUEGA CON OTROS Y SE UNE AL JUEGO	SI niños		89.6		87.7
		SI padres	95.4	75.7	63.66	89.3
E.1.2.15	JUEGA CON OTROS Y ESCOGE SER LIDER	SI niños		53.0		47.5
		SI padres	91.2	49.6	91.7	39.3
E.1.2.17	JUEGA CON OTROS Y ESCOGE SEGUIR A LOS DEMÁS	SI niños		65.2		65.6
		SI padres	90.8	56.5	95.8	58.2
E.1.2.19	JUEGA CON OTROS COMPARTIENDO SUS JUGUETES	SI niños		87.0		52.5
		SI padres	96.8	82.6	96.9	80.3
E.1.2.21	SIEMPRE QUIERE EL JUGUETE DE OTRO NIÑO	SI niños	NO 79.1	27.8		52.5
		SI padres		19.1	93.5	37.7
E.1.2.23	ESPERA SU TURNO PARA JUGAR	SI niños	NO 98.6	83.5		80.3
		SI padres		60.9	94	68.9

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El siguiente cuadro muestra las *conductas estadísticamente significativas* obtenidas por medio del análisis inferencial del cuestionario, comparando las respuestas de los niños y las respuestas de los padres en Centros Comerciales (1) y en los Parques (2) y las variables estadísticamente significativas, de los datos obtenidos de las respuestas de los niños comparadas con las respuestas de los padres en ambos escenarios. (Ver Tabla # 35)

TABLA # 35

	<u>CONDUCTAS</u>	<u>SUJETO</u>	Centros Comerciales		Parques	
			Rel Padres-Hijo	① %	Rel/ Padre-Hijo	② %
	JUEGA SOLO	SI padres	80	40.0	94.3	
E.1.2.3	JUEGA IMAGINARIAMENTE	SI padres	96.4		98.6	
E.1.3.5	NO JUEGA CON OTROS PERO LOS OBSERVA	SI niños		47.0		59.0
		SI padres	97.6		91	54.9
E.1.2.7	NO JUEGA CON OTROS PERO LES DA INSTRUCCIONES O SUGIERE	SI niños			NO 80	
		SI padres	95.2			
E.1.2.9	JUEGA CON OTROS PERO NO EL MISMO JUEGO	SI niños	NO 76			
		SI padres			94.2	
E.1.2.11	JUEGA CON OTROS Y HACE LO QUE LE DICEN	SI padres	65.5		93.3	49.2
E.1.2.13	JUEGA CON OTROS Y SE UNE AL JUEGO	SI padres	95.4		63.66	89.3
E.1.2.15	JUEGA CON OTROS Y ESCOGE SER LIDER	SI padres	91.2	49.6	91.7	
E.1.2.17	JUEGA CON OTROS Y ESCOGE SEGUIR A LOS DEMÁS	SI padres	90.8		95.8	
E.1.2.19	JUEGA CON OTROS COMPARTIENDO SUS JUGUETES	SI padres	96.8		96.9	
E.1.2.21	SIEMPRE QUIERE EL JUGUETE DE OTRO NIÑO	SI niños	NO 79.1			52.5
		SI padres			93.5	37.7
E.1.2.23	ESPERA SU TURNO PARA JUGAR	SI niños	NO 98.6			
		SI padres			94	

TABLA DE VALORES SIGNIFICATIVOS CON PROBABILIDADES.

	<u>CONDUCTAS</u>	<u>SUJETOS</u>	Centros Comerciales		Parques	
			Probabilidad	%	Probabilidad	%
	JUEGA SOLO	SI padres	P=.019	40.0		
E.1.2.5	NO JUEGA CON OTROS PERO LOS OBSERVA	SI niños			P=.007	59.0
E.1.2.6		SI padres			P=.016	54.9
E.1.2.12	JUEGA CON OTROS Y HACE LO QUE LE DICEN	SI padres			P=.001	49.2
E.1.2.14	JUEGA CON OTROS Y SE UNE AL JUEGO	SI padres			P=.007	89.3
E.1.2.16	JUEGA CON OTROS Y ESCOGE SER LIDER	SI padres	P=.005	49.6		
E.1.2.21	SIEMPRE QUIERE EL JUGUETE DE OTRO NIÑO	SI niños			P=.000	52.5
E.1.2.22		SI padres			P=.002	37.7

E-I Análisis descriptivo de mapas conductuales.

E.I.3. Las frecuencias de las conductas por escenario conductual, registradas por medio de mapas conductuales y comparación a través de medias.

E II Análisis inferencial de mapas conductuales.

E.II.2 En mapas conductuales

Este análisis permitió establecer comparaciones entre los escenarios Centros Comerciales y los Parques, para llevar a cabo este análisis se usó la Regresión Logística.

Con respecto a las variables predictoras se encontró que de los 66 casos, 64 fueron ubicados correctamente en los Centros Comerciales y de 71, 70 fueron ubicados en Parques. Esto implica que con las 12 conductas se pueden predecir los grupos.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

E.I.3.1.- Con referencia a la observación de conductas en Mapas Conductuales, se encontró que para la Variable CAMINAR 98.9 % de los niños en Centros Comerciales, reportan mas llevar a cabo esta conducta que los niños de los Parques 97.4 % (*Ver tabla 36*).

TABLA # 36

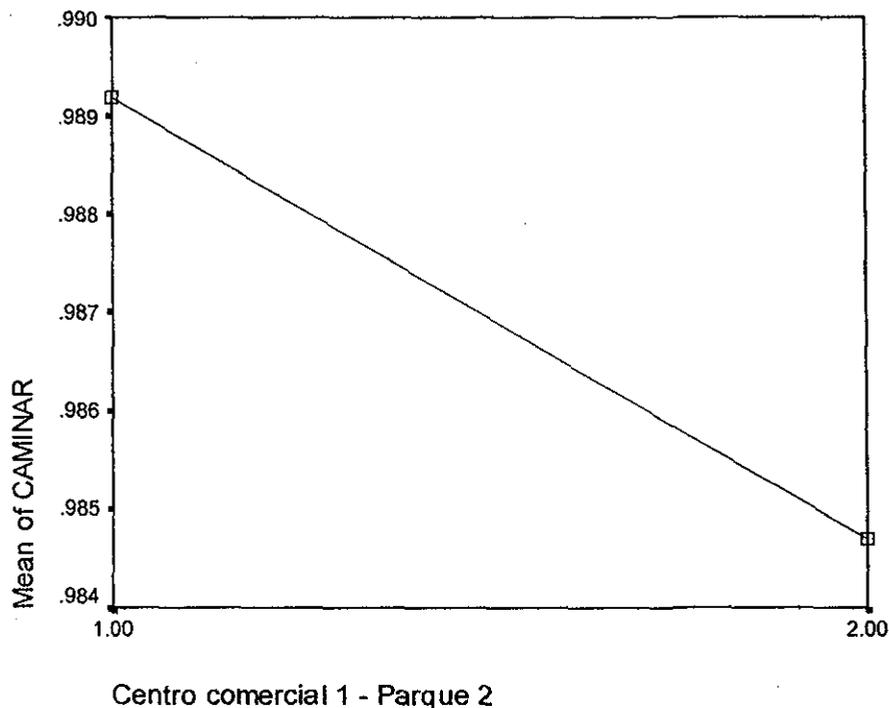
DISTRIBUCIÓN OBSERVADA DE LA VARIABLE CAMINAR

	CAMINAR			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	183	98.9	192	97.4
No se presenta la conducta	2	1.1	4	2.0

ANÁLISIS INFERENCIAL:

E.II.1.- En relación a la *VARIABLE CAMINAR*, donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 1.52 con una $p= 0.467$ por lo tanto es $>$ que .05 NO se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a Centros Comerciales, en comparación con los niños que acuden a Parques .

GRAFICA #25. MEDIA POR ESCENARIO



- Como se observa en la GRÁFICA # 25 la *MEDIA* para la conducta de CAMINAR, fue más alta en Centros Comerciales que en Parques.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

E.I.3.2.- En relación a la observación de conductas en Mapas Conductuales, se encontró que para la Variable EXPLORAR-TOCAR 66.3 % de los niños en Parques, reportan mas llevar a cabo esta conducta que los niños de los Centros Comerciales 34.6 % (Ver tabla 37)

TABLA # 37

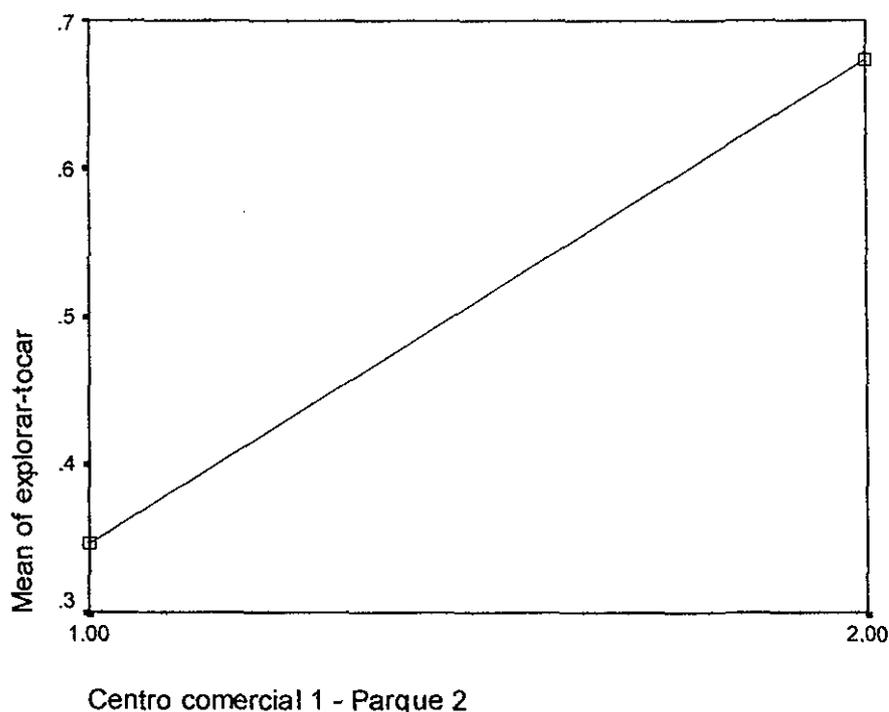
DISTRIBUCIÓN OBSERVADA DE LA VARIABLE EXPLORAR - TOCAR

	EXPLORAR - TOCAR			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	64	34.6 %	131	66.3 %
No se presenta la conducta	121	65.4 %	65	33.2 %

ANÁLISIS INFERENCIAL

E.II.2.- En relación a la *EXPLORAR-TOCAR* donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 40.03 con una $p= 0.000$ por lo tanto es $< .05$ SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a centros comerciales, en comparación con los niños que acuden a parques; debido a que en los parques los niños presentan más ésta conducta (68.4 %)

GRAFICA # 26. MEDIA POR ESCENARIO



Como se observa en la GRAFICA # 26 la *MEDIA* para la conducta de EXPLORAR-TOCAR, fue **más alta en Parques** que en Centros Comerciales

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

E.I.3.3.- En correspondencia a la observación de conductas en Mapas Conductuales, se encontró que para la Variable SOCIABILIDAD 68.4 % de los niños en Parques, reportan mas llevar a cabo esta conducta que los niños de los Centros Comerciales 18.9 % (Ver tabla # 38)

TABLA # 38

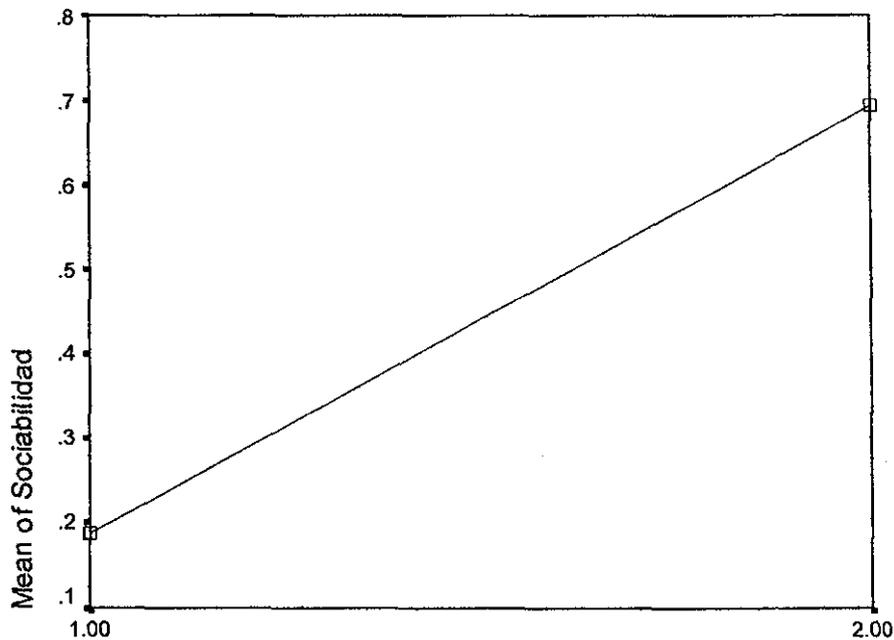
DISTRIBUCIÓN OBSERVADA DE LA VARIABLE SOCIABILIDAD

	SOCIABILIDAD			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	35	18.9	135	68.4
No se presenta la conducta.	150	81.1	61	31.1

ANÁLISIS INFERENCIAL

E.II.3.- En relación a la variable *SOCIABILIDAD*, donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 96.29 con una $p= 0.000$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a centros comerciales, en comparación con los niños que acuden a parques. debido a que en los parques los niños presentan más ésta conducta (68.4 %)

GRAFICA #27. MEDIA POR ESCENARIO



Centro comercial 1 - Parque 2

- Como se observa en la GRAFICA #27 la *MEDIA* para la conducta de SOCIABILIDAD, fue **más alta en Parques** que en Centros Comerciales

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

E.I.3.4.- Por otra parte en la enumeración de conductas en la observación, se encontró que para la Variable FRUSTRACIÓN.-SENTARSE 49.2 % de los niños en Centros Comerciales, reportan mas llevar a cabo esta conducta que los niños de los Parques 7.7 % (Ver tabla 39)

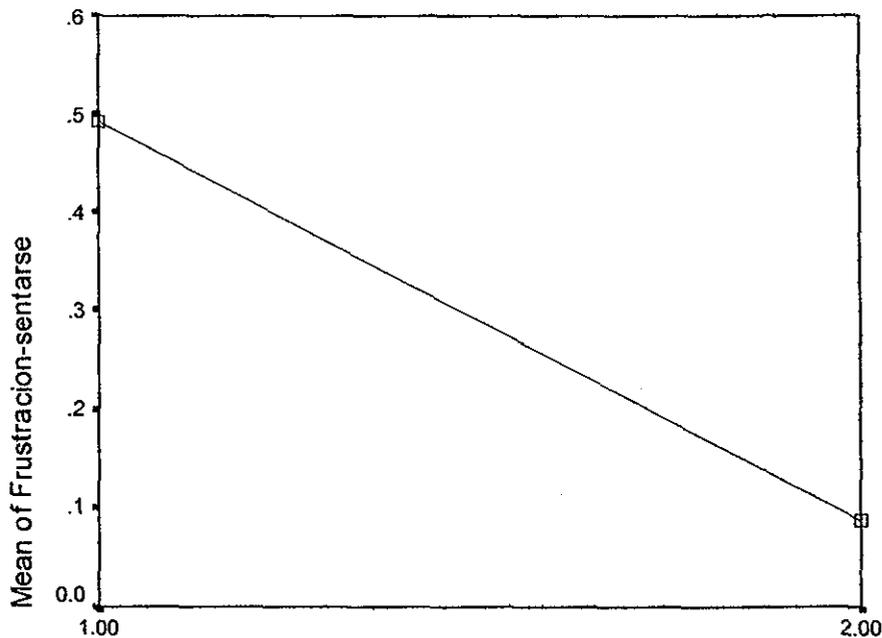
TABLA # 39
DISTRIBUCIÓN OBSERVADA DE LA VARIABLE FRUSTRACIÓN - SENTARSE

	FRUSTRACIÓN - SENTARSE			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	91	49.2	16	7.7
No Disponible	94	50.8	180	91.8

ANÁLISIS INFERENCIAL

E.II.4.- En relación a la variable *FRUSTRACIÓN -SENTARSE*, donde el valor de Chi - Cuadrada Pearson fue de 82.23 con una $p= 0.000$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a centros comerciales, en comparación con los niños que acuden a parques, debido a que en los centros comerciales los niños presentan más ésta conducta (49.2%)

GRAFICA #28. MEDIA POR ESCENARIO



Centro comercial 1 - Parque 2

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- Como se observa en la GRAFICA #28 la *MEDIA* para la conducta de FRUSTRACIÓN -SENTARSE, fue **más alta en Centros Comerciales** que en Parques.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

E.I.3.5.- Por otro lado, en la observación de conductas en Mapas Conductuales, se encontró que para la Variable AGRESIVIDAD 31.4 % de los niños en Centros Comerciales, reportan mas llevar a cabo esta conducta que los niños de los Parques 14.8 % (Ver tabla #40)

TABLA # 40

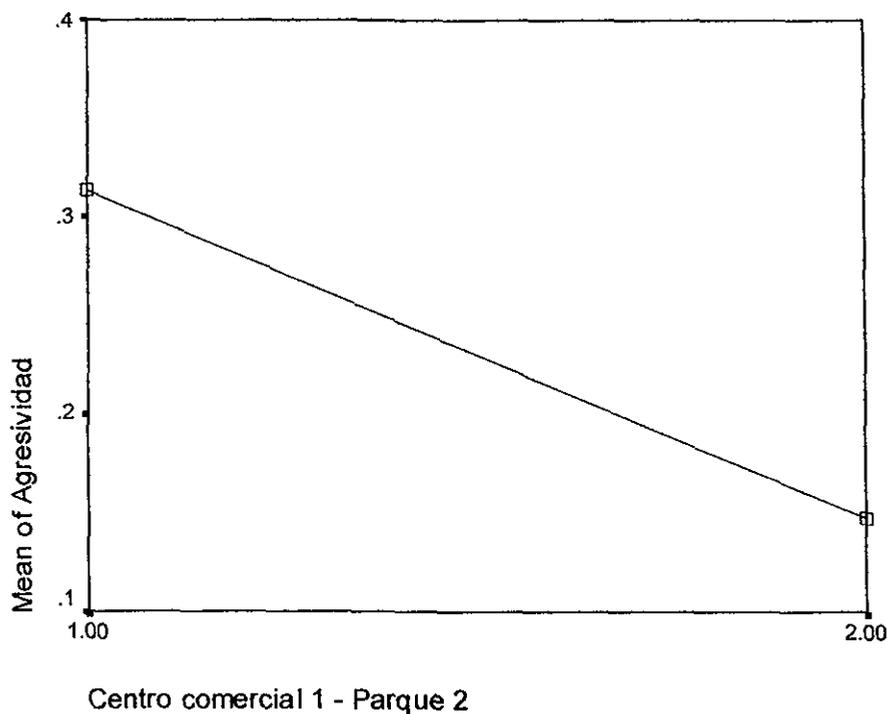
DISTRIBUCIÓN OBSERVADA DE LA VARIABLE AGRESIVIDAD

	AGRESIVIDAD			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	58	31.4	29	14.8
No se presenta esta conducta	127	68.6	167	85.2

ANÁLISIS INFERENCIAL

E.II.5.- En relación a la *VARIABLE AGRESIVIDAD*, donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 14.80 con una $p= 0.000$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a centros comerciales, en comparación con los niños que acuden a parques, debido a que en los centros comerciales los niños presentan más ésta conducta (31.4%)

GRAFICA # 29. MEDIA POR ESCENARIO



- Como se observa en la GRAFICA # 29 la *MEDIA* para la conducta de AGRESIVIDAD, fue más alta en Parques que en Centros Comerciales

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

E.I.3.6.- Con referencia a la observación de conductas en Mapas Conductuales, se encontró que para la Variable ALEGRÍA-FELICIDAD 80.6 % de los niños en Parques, reportan mas llevar a cabo esta conducta que los niños de los Centros Comerciales 34.6 % (Ver tabla 41)

TABLA # 41

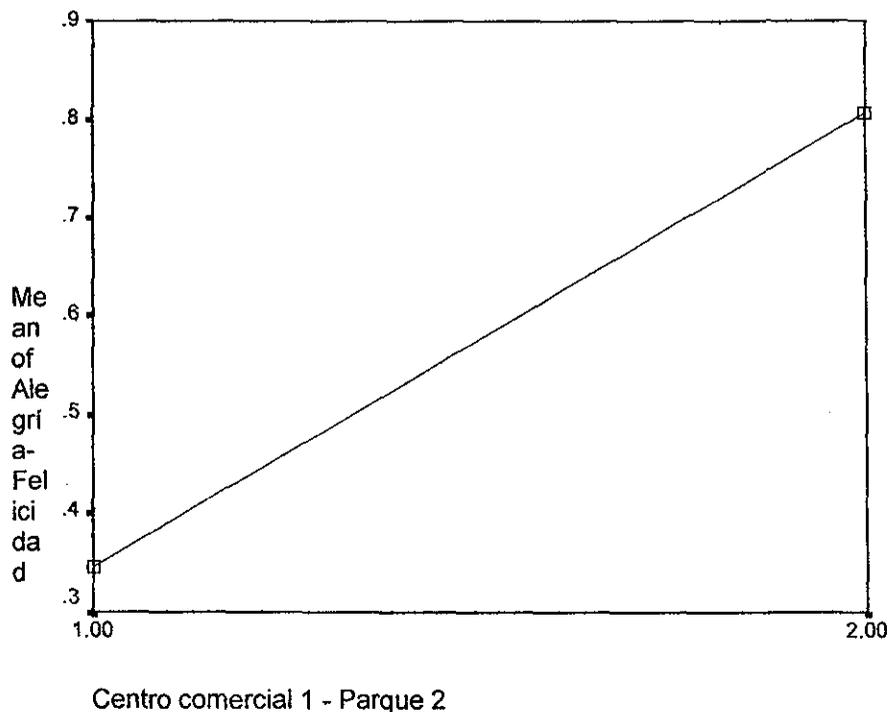
DISTRIBUCIÓN OBSERVADA DE LA VARIABLE ALEGRÍA FELICIDAD.

	ALEGRÍA FELICIDAD.			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	64	34.6	158	80.6
No se presenta esta conducta	121	65.4	38	19.4

ANALISIS INFERENCIAL

E.II.6.- En relación a la *VARIABLE ALEGRÍA -FELICIDAD* donde el valor de Chi - Cuadrada Pearson fue de 82.88 con una $p= 0.000$ por lo tanto es $<$ que .05, Sí se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a Centros Comerciales, en comparación con los niños que acuden a Parques; debido a que en los parques los niños presentan más ésta conducta (80.6 %).

GRAFICA # 30. MEDIA POR ESCENARIO



- Como se observa en la GRAFICA # 30 la *MEDIA* para la conducta de ALEGRÍA FELICIDAD, fue **más alta en Parques** que en Centros Comerciales.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

E.I.3.6.- Con referencia a la observación de conductas en Mapas Conductuales, se encontró que para la Variable ALEGRÍA-FELICIDAD 80.6 % de los niños en Parques, reportan mas llevar a cabo esta conducta que los niños de los Centros Comerciales 34.6 % (Ver tabla 41)

TABLA # 41

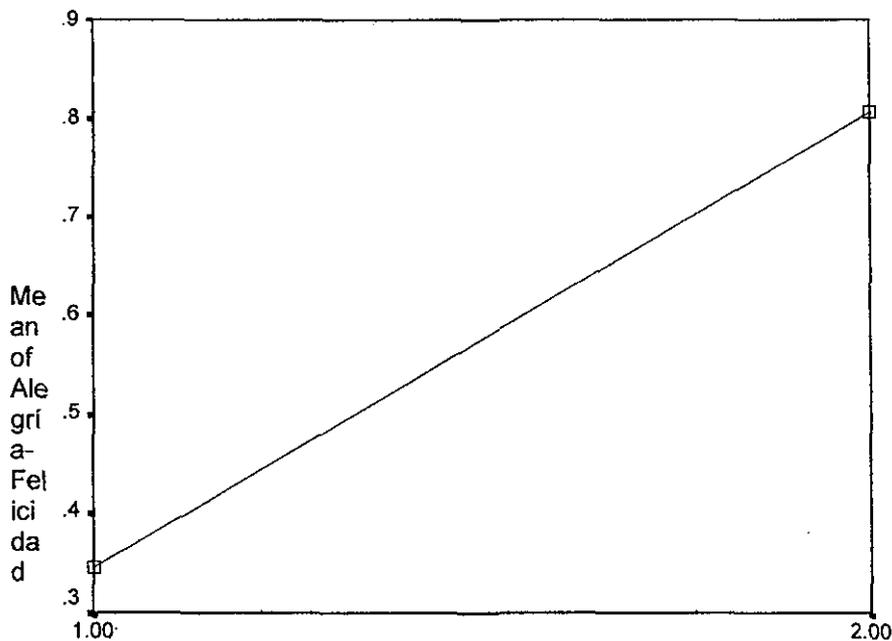
DISTRIBUCIÓN OBSERVADA DE LA VARIABLE ALEGRÍA FELICIDAD.

	ALEGRÍA FELICIDAD.			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	64	34.6	158	80.6
No se presenta esta conducta	121	65.4	38	19.4

ANALISIS INFERENCIAL

E.II.6.- En relación a la *VARIABLE ALEGRÍA -FELICIDAD* donde el valor de Chi - Cuadrada Pearson fue de 82.88 con una $p= 0.000$ por lo tanto es $<$ que .05, Sí se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a Centros Comerciales, en comparación con los niños que acuden a Parques; debido a que en los parques los niños presentan más ésta conducta (80.6 %).

GRAFICA # 30. MEDIA POR ESCENARIO



Centro comercial 1 - Parque 2

- Como se observa en la GRAFICA # 30 la *MEDIA* para la conducta de ALEGRÍA FELICIDAD, fue **más alta en Parques** que en Centros Comerciales.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

E.I.3.8.- Con relación a la observación de conductas en Mapas Conductuales, se encontró que para la Variable ABRUMADO- SERIEDAD 34.8 % de los niños en Centros Comerciales, reportan mas llevar a cabo esta conducta que los niños de los Parques 0.5 % (Ver tabla # 43)

TABLA # 43

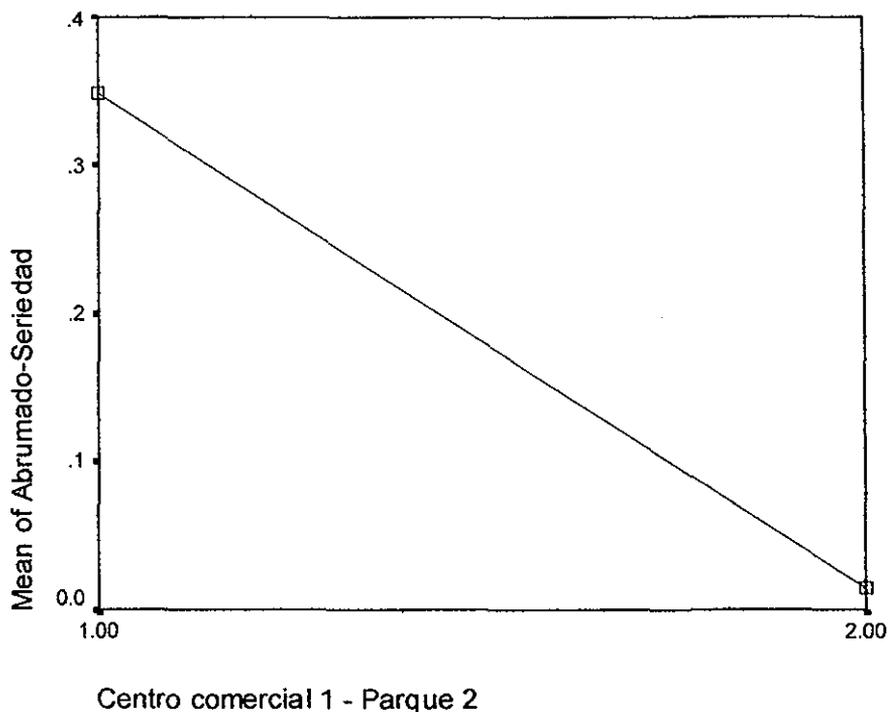
DISTRIBUCIÓN OBSERVADA DE LA VARIABLE ABRUMADO-SERIEDAD

	ABRUMADO-SERIEDAD			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	23	34.8	1	0.5
No se presenta esta conducta	43	23.2	70	35.7

ANALISIS INFERENCIAL

E.II.8.- En relación a la variable *ABRUMADO-SERIEDAD* donde el valor de Chi - Cuadrada Pearson fue de 26.47 con una $p= 0.000$ por lo tanto es $<$ que .05, SÍ se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a Centros Comerciales, en comparación con los niños que acuden a parques; debido a que en los Centros Comerciales los niños presentan más ésta conducta (34.8%)

GRAFICA # 32. MEDIA POR ESCENARIO



- Como se observa en la GRAFICA # 32 la *MEDIA* para la conducta de ABRUMADO-SERIEDAD, fue más alta en Centros Comerciales que en Parques.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

E.I.3.9.- Por otro lado, en relación a la observación de conductas en Mapas Conductuales, se encontró que para la Variable EXPERIMENTAR 51.5 % de los niños en Parques, reportan mas llevar a cabo esta conducta que los niños de los Centros Comerciales 42.7 % (Ver tabla 44)

TABLA # 44

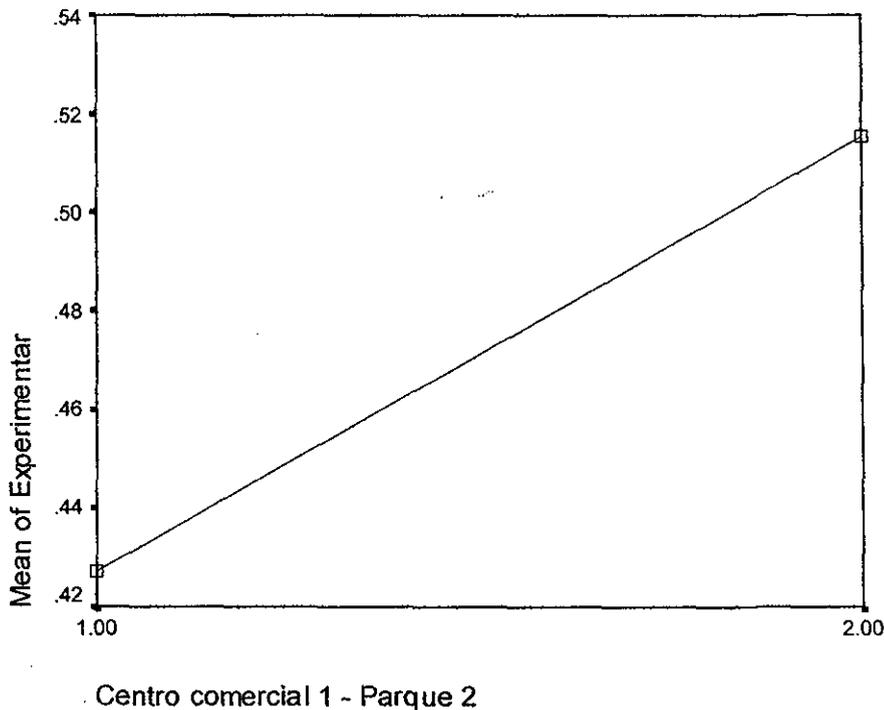
DISTRIBUCIÓN OBSERVADA DE LA VARIABLE EXPERIMENTAR

	EXPERIMENTAR			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	79	42.7	101	51.5
No se presenta esta conducta	106	57.3	95	48.5

ANÁLISIS INFERENCIAL

E.II.9.- En relación a la *VARIABLE EXPERIMENTAR*, donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 2.97 con una $p= 0.085$ por lo tanto es $>$ que .05 NO se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a centros comerciales, en comparación con los niños que acuden a parques.

GRAFICA # 33. MEDIA POR ESCENARIO



- Como se observa en la GRAFICA # 33 la *MEDIA* para la conducta de EXPERIMENTAR, fue más alta en Parques que en Centros Comerciales.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

E.I.3.10.- Es además notorio, en relación a la observación de conductas en Mapas Conductuales, se encontró que para la Variable OBSERVAR 53 % de los niños en Centros Comerciales, reportan mas llevar a cabo esta conducta que los niños de los Parques 24 % (Ver tabla # 45)

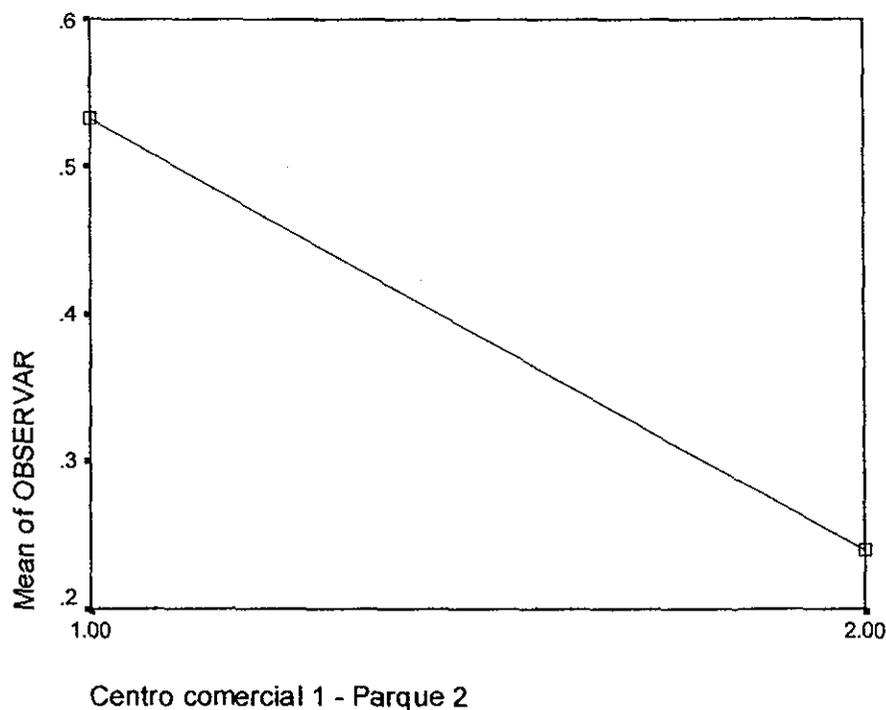
DISTRIBUCIÓN OBSERVADA DE LA VARIABLE OBSERVAR.

	OBSERVAR.			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	98	53	47	24
No se presenta esta conducta	86	46.5	149	76

ANÁLISIS INFERENCIAL

E.II.10.- En relación a la *VARIABLE OBSERVAR* donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 34.48 con una $p= 0.000$ por lo tanto es $<$ que .05 SÍ se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a centros comerciales, en comparación con los niños que acuden a parques . debido a que en los Centros Comerciales los niños presentan más ésta conducta (53.3 %)

GRAFICA # 34. MEDIA POR ESCENARIO



Como se observa en la GRAFICA # 34 la *MEDIA* para la conducta de OBSERVAR fue más alta en Centros Comerciales que en Parques.

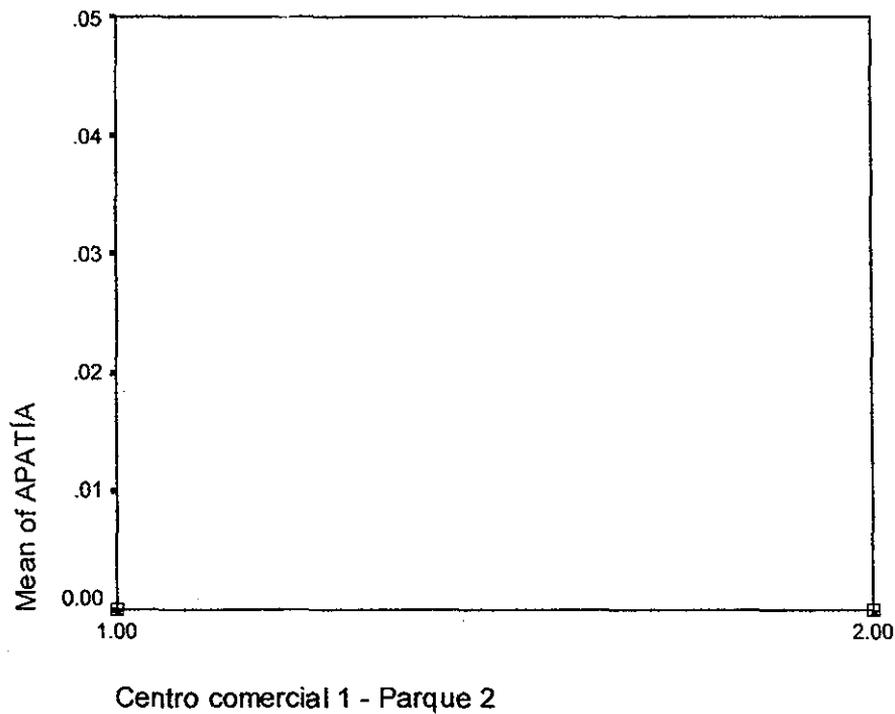
ANÁLISIS DESCRIPTIVO

E.I.3.11.- Con referencia a la observación de conductas en Mapas Conductuales, se encontró que para la Variable APATÍA no se encontró como una variable. (Ver tabla 46)

TABLA # 46
DISTRIBUCIÓN OBSERVADA DE LA VARIABLE APATÍA

	APATÍA			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
No se encontró esta conducta	66	35.7	71	36.2

GRAFICA # 35



ANÁLISIS DESCRIPTIVO

E.1.3.12.- Así mismo la observación de conductas en Mapas Conductuales, se encontró que para la Variable ABURRIMIENTO 44.2 % de los niños en Centros Comerciales, reportan mas llevar a cabo esta conducta que los niños de los Parques 12.8 % (Ver tabla # 47)

TABLA # 47

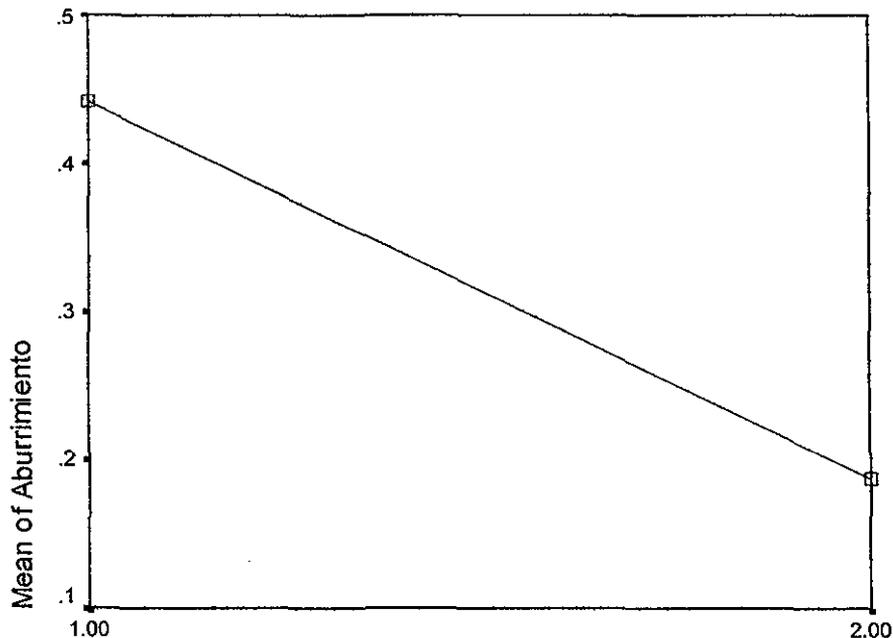
DISTRIBUCIÓN OBSERVADA DE LA VARIABLE ABURRIMIENTO

	ABURRIMIENTO			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	57	44.2	25	12.8
No se encontró esta conducta	72	38.9	108	55.1

ANÁLISIS INFERENCIAL

E.II.11.- En relación a la *VARIABLE ABURRIMIENTO* donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 19.63 con una $p= 0.000$ por lo tanto es $<$ que .05 SÍ se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a centros comerciales, en comparación con los niños que acuden a parques. debido a que en los Centros Comerciales los niños presentan más ésta conducta (44.2 %)

GRAFICA # 36 MEDIA POR ESCENARIO



Centro comercial 1 - Parque 2

Como se observa en la GRAFICA # 36 la *MEDIA* para la conducta de ABURRIMIENTO, fue **más alta en Centros Comerciales** que en Parques.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

E.I.3.13.- Por otro lado en la observación de conductas en Mapas Conductuales, se encontró que para la Variable ENTUSIASMO 33.7 % de los niños en Parques, reportan mas llevar a cabo esta conducta que los niños de los Centros Comerciales 17.8 % (Ver tabla 48)

TABLA # 48

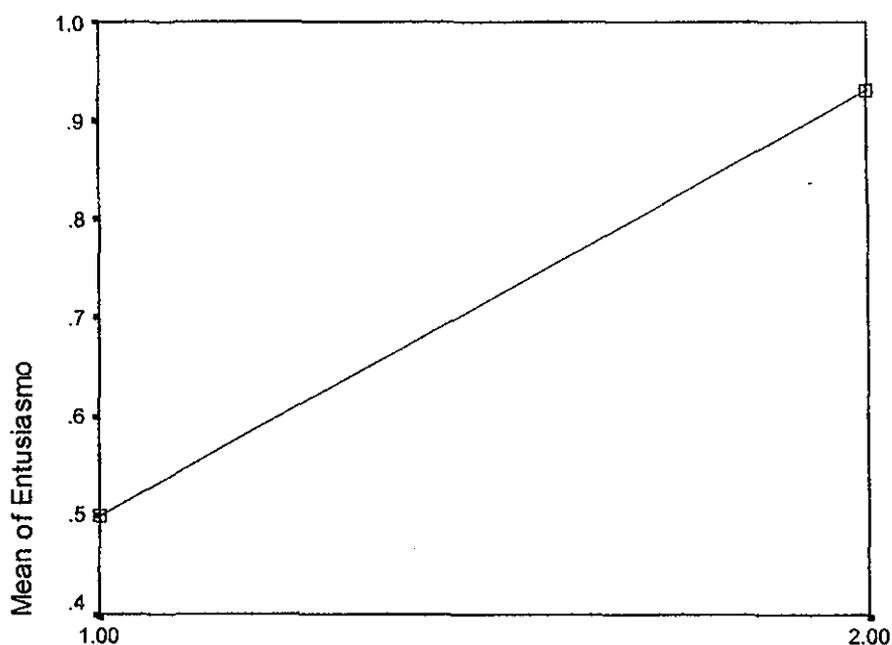
DISTRIBUCIÓN OBSERVADA DE LA VARIABLE ENTUSIASMO

	ENTUSIASMO			
	CENTROS COMERCIALES		PARQUES	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	33	17.8	66	93
No se encontró esta conducta	33	17.8	5	2.6

ANÁLISIS INFERENCIAL

E.II.12.- En relación a la *VARIABLE ENTUSIASMO* donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 31.49 con una $p= 0.000$ por lo tanto es $<$ que .05 SÍ se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a centros comerciales, en comparación con los niños que acuden a parques. debido a que en los parques los niños presentan más ésta conducta (93.0 %)

GRAFICA # 37. MEDIA POR ESCENARIO



Centro comercial 1 - Parque 2

- Como se observa en la GRÁFICA # 37 la *MEDIA* para la conducta de ENTUSIASMO, fue **más alta en Parques** que en Centros Comerciales.

De acuerdo a la evaluación de los MAPAS CONDUCTUALES se presenta la siguiente tabla que resume las frecuencias por porcentajes las conductas de los niños, comparando lo observado en los Centros Comerciales y en los Parques. (Ver Tabla # 49)

TABLA # 49

CONDUCTAS		Centros Comerciales	Parques
		%	%
E.1.3.1	CAMINAR	98.9	97.4
E.1.3.2	EXPLORAR-TOCAR	34.6	66.3
E.1.3.3	SOCIABILIDAD	18.9	68.4
E.1.3.4	FRUSTRACIÓN- SENTARSE	49.2	7.7
E.1.3.5	AGRESIVIDAD	31.4	14.8
E.1.3.6	ALEGRÍA-FELICIDAD	34.6	80.6
E.1.3.7	CORRER	36.8	55.1
E.1.3.8	ABRUMADO- SERIEDAD	34.8	0.5
E.1.3.9	EXPERIMENTAR	42.7	51.5
E.1.3.10	OBSERVAR	53.3	24
E.1.3.11	APATÍA	No hubo datos suficientes	
E.1.3.12	ABURRIMIENTO	44.2	12.8
E.1.3.13	ENTUSIASMO	17.8	93.

Principales conductas observadas en los niños por medio de mapas conductuales en CENTROS COMERCIALES

De la TABLA # 43 se obtuvieron en orden decreciente los porcentajes de las frecuencias de las conductas que se observaron en los niños, por medio de mapas conductuales en centros comerciales (Ver Tabla # 50).

TABLA # 52

1.	E.1.3.1	CAMINAR	98.9 %
2.	E.1.3.10	OBSERVAR	53 %
3.	E.1.3.4	FRUSTRACIÓN SENTARSE	49.2 %
4.	E.1.3.9	EXPERIMENTAR	42.7 %
5.	E.1.3.7	CORRER	36.8 %
6.	E.1.3.8	ABRUMADO.SERIEDAD	34,8 %
7.	E.1.3.2	EXPLORAR TOCAR	34.6 %
8.	E.1.3.6	ALEGRÍA- FELICIDAD	34.6 %
9.	E.1.3.5	AGRESIVIDAD	31.4 %
10.	E.1.3.12	ABURRIMIENTO	30.8 %

PRINCIPALES CONDUCTAS EN PARQUES.

De la tabla # 43 se obtuvieron los porcentajes de las frecuencias de las conductas que se observaron en los niños, por medio de mapas conductuales, relacionadas en el siguiente cuadro en forma decreciente. (Ver tabla # 51)

TABLA # 51

1.	E.1.3.1	CAMINAR	97.9 %
2.	E.1.3.13	ENTUSIASMO	93 %
3.	E.1.3	ALEGRÍA-FELICIDAD	80.6 %
4.	E.1.2.3	SOCIABILIDAD	68.4 %
5.	E.1.3.2	EXPLORAR-TOCAR	34.6 %
6.	E.1.3.7	CORRER	55.1 %
7.	E.1.3.9	EXPERIMENTAR	51.5 %
8	E.1.3.10	OBSERVAR	24 %

El siguiente cuadro muestra las *conductas estadísticamente significativas* obtenidas por medio del análisis inferencial de las observaciones realizadas a los niños por medio de los mapas conductuales en Centros Comerciales y en los Parques. (Ver Tabla # 52)

TABLA # 52

	CONDUCTAS OBSERVADAS	CENTRO COMERCIAL %	PARQUES %
E.1.3.2	EXPLORAR-TOCAR		*66.3 %
E.1.3.3	SOCIABILIDAD		*68.4 %
E.1.3.4	FRUSTRACIÓN-SENTARSE	*49.2 %	
E.1.3.5	AGRESIVIDAD	*31.4 %	
E.1.3.6	ALEGRÍA-FELICIDAD		*80.6 %
E.1.3.7	CORRER		*55.1 %
E.1.3.8	ABRUMADO-SERIEDAD	*34.8 %	
E.1.3.10	OBSERVAR	*53.3 %	
E.1.3.12	ABURRIMIENTO	*44.2 %	
E.1.3.13	ENTUSIASMO		*93 %

F. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES DE

- Análisis a mapas conductuales.
- Análisis a cuestionarios.
- Conclusion
- Sugerencias: Propuestas.
- Limitaciones
-

F. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Como se manifestó anteriormente durante la historia del hombre los niños han jugado a través de todos los tiempos y en todas las culturas. Con respecto a éste tema el Dr. Mercado Domenech en su conferencia impartida en la JUEGO-TEKA AVE NIÑO UNICEF PLAY RIGHTS el 13 de junio de 1996, desarrolló el tema de la evolución del género humano a través de la curiosidad. La evolución de la humanidad, se dio por la curiosidad implícita en el juego. Descubrir desde pequeños la magia de la vida por ejemplo la gravedad en la tierra que al abrir las manos, los objetos se desaparecían de nuestra vista ó al levantar una piedra del jardín, encontrábamos y observábamos detenidamente a varias cochinillas, que al ser descubiertas, salían disparadas corriendo con sus pequeñas y numerosas patitas para no ser vistas y al pretender tomar alguna de ellas se convertían en ¡Milagro de la vida! en una graciosa pelotita, que se podía disparar como una nueva canica! averiguábamos que pasaba cuando pateábamos una pelota y salía volando por los aires, y de repente la atrapaba un ...¡amigo! ¡un nuevo amigo!, en una apremiante necesidad de descubrir la vida. Los niños grandes y pequeños, intercambian ideas, se ponen de acuerdo con otros niños, "hacen" amigos, para tener con quien jugar.

Durante mucho tiempo, los niños podían satisfacer su necesidad de jugar dado que existía la posibilidad real de encontrar espacios y oportunidades, esto hizo que no se requiriera la atención de los especialistas. El 75% de la ciudad de México, cuenta con un promedio de 1.30 m² de área verde por habitante. Si tomamos en cuenta los camellones, las áreas verdes en avenidas, todos los parques y bosques y cementerios, la Ciudad de México cuenta con 3.6 m² de área verde por cada uno de sus habitantes. Las ciudades de París y Moscú tienen 25 m² por cada uno de sus habitantes (Laguna, 1985). El número de m² de áreas verdes recreativas infantiles en la ciudad de México no ha sido cuantificado. Sin embargo, el juego infantil es un elemento de crecimiento tan fundamental para el niño como el trabajo para el adulto. No hay desarrollo en el niño si no juega. (Edenhammar y Wahlund, 1990), Para que los niños jueguen en la actualidad necesitan tres características ambientales: 1.- Un lugar de exploración. 2.- Un lugar seguro y 3.- Un lugar accesible desde su casa (Laguna, 1993,1994).

La hipótesis presentada en este trabajo fue que en la conducta de los niños que acuden a centros comerciales y los que van a los parques, existen diferencias estadísticamente significativas. Con objeto de probar esta afirmación se realizó la aplicación de cuestionarios, tanto a los niños como a sus papás y se complementó con la observación directa a través de mapas conductuales, para comparar la confiabilidad de las respuestas, habiéndose realizado un análisis sobre las variables se llegó a las conclusiones de los mapas conductuales que a continuación se mencionan de acuerdo a como fueron observadas.

CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS A MAPAS CONDUCTUALES.

Variable Explorar.

Donde el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 40.03 con una $p= 0.000$ por lo tanto es $<$ que .05 SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a centros comerciales.

Con relación a esta conducta que es fuerza activa, que dirige el comportamiento y que subyace a toda tendencia por la supervivencia (Papalia, 1995) donde los niños examinan una cosa o un lugar detenidamente para ver que hay o cual es su estado, se observa que con respecto a esta conducta se da más en Parques en un 91.6 %, (Variable Delta, ver tabla # 53). Debido a que los Parques, están hechos mayormente de elementos naturales y de elementos manufacturados, (Wohlwill, 1978) clima, geografía, plantas, animales, agua, piedras etc., pérgolas, bancas, columpios, cabañas, casetas, puentes, caminos, resbaladillas, sube y bajas etc. Esto porque en la percepción del ambiente, la información inicial que recolectamos a través de nuestros sentidos (Gifford, 1987) y que el escenario de los parques, “ofrece” a los niños miles de posibilidades de *Exploración*, esto quiere decir que perciben los “Ofrecimientos,” (Gibson, 1977) de lo que el lugar puede hacer por ellos, detectados inmediatamente, Gibson. (1966, 1979) donde pueden “examinar detenidamente que hay o cual es el “estado” de todos los fenómenos naturales, agua, lluvia, rocío, neblina, arcoiris; explorar el minireino animal, de hormigas, cochinillas, gusanos, lagartijas; examinar la simetría de las miles de hojas, explorar entre los arbustos y los árboles, los pastos y los cubresuelos o volar en un columpio o subirse a un árbol y montar un caballo. En los Centros Comerciales el único “Ofrecimiento” que les interesa a los niños son los juguetes, pero no pueden “explorarlos” abriendo los paquetes de los juguetes que llamen su atención.

Variable Sociabilidad.

Donde el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 96.29 con una $p= 0.000$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a parques.

Esta conducta de los niños que se presenta en más + 261 % (Variable Delta, ver tabla # 53) en los parques, cuando los niños conviven y se relacionan, y se inclinan a estar con otros niños, siendo sociables por naturaleza, se lleva a cabo en el ambiente social, (Wohlwill, y Harris 1980), los niños cambian su comportamiento para hacer lo que otros hacen, y su conducta está afectada por otros niños, las dinámicas de grupo, son importantes en éste ambiente. Tener con quien jugar, les desarrolla las capacidades para adaptarse al grupo (Butler, et al 1978), a conciliar, a negociar, a dar, a recibir, amar y a ser amado (Laguna, 1994). La sociabilidad se da más en los parques, porque el paisaje natural incluye respuestas sociales y de comunicación entre otros aspectos benéficos (Zube et al, 1980), Kaplan S (1995) y Dwyer, Hutchinson, Wendling, (1981) y amplia importantes experiencias en la niñez (Hart 1978) los niños dirigen su atención a otros niños, (Gifford, 1982 a, 1982 b) para poder jugar, considerando esta experiencia como muy intensa favoreciendo la sociabilidad. Tener amigos es una experiencia importante, que ayuda a los niños a desarrollarse y contribuye a su salud mental; la habilidad de los niños para hacer amistades a menudo refleja las relaciones que han tenido con sus padres (Law 1998). Además, los “ofrecimientos” del escenario de parques (Gibson, 1977),

incluyen espacios para la reunión, para la convivencia, para los juegos en grupo. Por otra parte en los centros comerciales, los espacios están llenos de circulaciones con mercancía, en el caso de encontrarse espacios libres y más amplios, estarían efímeramente adaptados para ofrecer dentro de las norma de la mercadotecnia y de la publicidad, tal o cual producto, y en el mejor de los casos, si existieran áreas libres de mercancía, éstas no están diseñadas como lugares de reunión social o de convivencia, sino de entretenimiento. Razón por la que los niños que acuden a centros comerciales son 261 % menos sociables que los que acuden a parques.

Variable Frustración.

Donde el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 82.23 con una $p= 0.000$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a centros comerciales.

Con relación al sentimiento de insatisfacción o de fracaso experimentado por los niños que no alcanzan sus aspiraciones, se observó que el porcentaje Delta (Ver tabla # 53) en ésta conducta es menos 84.3 % en los parques, con respecto a sus pares en los centros comerciales, ya que en estos escenarios de parques, los “ofrecimientos” (Gibson, 1977) para jugar son ilimitados. El juego le da a los niños sensación de logro (IPA, 1977), seguridad en sí mismos, autoestima; por ende, lo contrario al sentimiento de insatisfacción, de fracaso o de frustración. Por otra parte los centros comerciales, son ambientes institucionales, que incluyen cultura, normas y reglas (Wohlwill, y Harris, 1980), donde la gente sabe que se espera de ella y que se puede esperar de los demás (Glassner y Freedman, 1979), en este escenario los niños conocen las reglas que son perfectamente claras, “No pueden tomar nada si los papás no lo pagan.” Kaplan, (1982), ubica como componente cognoscitivo la experiencia anterior, de la que se deriva un juicio de valor y nos lleva a una preferencia ambiental, por lo que nos gusta tener la libertad de decisión y elección Canter y Brown (1970). la falta de control frecuentemente conlleva a una reactancia psicológica (Barnés, 1981; Brehm, 1966) es decir, que cuando existe la convicción de que por más esfuerzo que se haga para superar una situación desagradable o dolorosa, esto no se logra, sucumbimos al desaliento (Siligman, 1975), Cantor y Omdahl, (1991). Los niños desde pequeños van a los centros comerciales acompañando a sus padres, con la promesa de que van a comprarles algo, como generalmente esto no sucede, pierden cualquier posibilidad de decisión y de elección, los resultados son 84.3 % de niños más frustrados que los niños de parques.

Variable Agresividad.

Donde el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 14.80 con una $p= 0.000$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a centros comerciales.

En los parques se observó menos 52.9 % (Variable Delta, ver tabla # 53) una disposición física, verbal o simbólica de los niños a actuar contra otros, ó a mostrar una actitud o palabras violentas que implican provocación o ataque, con relación a sus contrapartes de centros comerciales. En la relación ambiente – conducta, la cognición ambiental está determinada por la legibilidad del espacio, puntos de interés, caminos claros, límites definidos, nodos, carácter particular (Lynch, 1960) que es la facilidad para reconocer, organizar, comprender, orientarse y usar un escenario; estas características del espacio

la tienen generalmente los parques, donde los niños localizan los juegos, las fuentes, saben donde comienzan y donde terminan y cuales son los caminos para llegar a los lugares que les permitan realizar sus planes de acción: “jugar” (Garling, Book y Lindberg, 1984; Russell y Ward, 1982). Los centros comerciales, carecen generalmente de legibilidad, están diseñados de acuerdo con las leyes de la mercadotecnia, con puntos de interés no permanentes, caminos no claros, límites indefinidos, generalmente carentes de nodos orientadores, de carácter particular, características que dependen de la oferta y la demanda. Además se sabe que la falta de legibilidad, produce desorientación, la desorientación produce frustración (Appleyard, 1976). La frustración no siempre produce agresión solo lleva a ella si es intensa, inesperada o arbitraria (Barón, 1978). Los individuos frustrados no suelen volverse agresivos por muy enfadados que estén, a menos que haya una previa animadversión hacia la persona que les ha producido frustración, o el escenario les predisponga a la agresión (Berkowitz, 1989). Por una parte, en los centros comerciales los niños no siempre obtienen lo que quieren, los padres tienen temor que sus hijos rompan algo y no les permiten que se aparten de su vista por temor a perderlos, no usan su capacidad de elección, de decisión, de control y de movimiento y por otra parte, si la falta de legibilidad de los escenarios de centros comerciales produce frustración en los padres, en los niños se observan conductas negativas (Ver tablas # 52) como agresividad, que se da en los centros comerciales más en 52.9 % que en los parques.

Variable Alegría – felicidad.

Donde el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 82.88 con una $p= 0.000$ por lo tanto es $<$ que .05, Sí se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a parques.

Se observó el sentimiento de satisfacción experimentado por los niños por un suceso favorable o por la obtención de una cosa, evento o experiencia que deseaban vivamente, y que se manifiesta con sonrisas, carcajadas u otros gestos, en los niños de parques en más 132.9 %, que en los niños de centros comerciales (Variable Delta, ver tabla # 53). El niño cuando juega, está en un estado de completa armonía, “parece la actividad continua del flujo de la corriente eléctrica” (Montessori, 1961), el juego le da al niño sensación de logro, autoestima, seguridad en sí mismo, enorme satisfacción, alegría y felicidad (IPA, 1971, 1977, 1982, 1989,1996). Desde el punto de vista psicoanalítico el juego es motivado básicamente por los principios de placer (Freud, 1955). Los niños esperan de los adultos la capacidad de ofrecer alegría, lo piden de todos y de todo (Malaguzzi, 1992). Es importante notar que los escenarios a donde acuden los niños, escuelas o centros comerciales, basados en recompensar a los niños por hacer las cosas que deben hacer, en las escuelas se les ponen dieces, en los centros comerciales se les prometen cosas, sin embargo (Malaguzzi, 1990) en su “Escuela de Juegos”, aplicando los métodos de Montessori (1961) y Piaget (1954 b), “fusión de la espontaneidad individual y el esfuerzo del grupo”, en lugar de obligar a los niños a que hagan cosas que los adultos consideran importantes, “hay que darles oportunidades de involucrarse en actividades que les gusten.” Los ofrecimientos de los parques, a diferencia de los centros comerciales, son variadas y múltiples posibilidades de juego, que estimulan las capacidades intelectuales emocionales, fisico-motrices, y sociales (Butler, et al. 1978) de los niños, de una forma divertida alegre y feliz (IPA, 1971. 1977, 1982, 1989,1996), por la obtención de una cosa, evento o experiencia que deseaban vivamente, que les gusta y que se manifiesta con sonrisas, carcajadas u otros gestos.

Variable Correr

Donde el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 12.88 con una $p= 0.000$ por lo tanto es $<$ que .05, Sí se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a parques.

Andar muy de prisa y con impulso, de manera que entre cada paso los dos pies quedan en el aire, esta conducta se presentó en los parques más 49.7 % (Variable Delta, ver tabla # 53). La activación es un estado fisiológico que experimentamos como capacidad para procesar información, reaccionar ante una emergencia y experimentar una gran variedad de emociones (Papalia, 1994), los niños desarrollan a través del juego la activación de sus habilidades sensoriales y motrices e imitan las conductas que ven más, que de aquello que se les dice (Butler, 1978), la variedad de escenarios con ofrecimientos para correr que se dan en los parques, con pisos suaves, pastos, arenas; semiduros, tezontle, tepetate, etc. o duros, pavimentos, concreto, madera, empedrados; estimulan la curiosidad que según la manera de procesar la información se activa por ejemplo corriendo, sin ninguna recompensa, excepto la satisfacción de su curiosidad (Papalia, 1995). El concepto moderno de juego está relacionado con la interacción del hombre y sus movimientos, el hombre se mueve para vivir y vive para moverse, su movimiento refleja sus necesidades, intereses y actitudes (Kaul, 1983). En los parques el movimiento del juego del niño es un medio y un fin en sí mismo, correr es una actividad y una tendencia creativa señalada por la espontaneidad, la libertad y el placer como sus características principales y en los centros comerciales, por la falta de ofrecimientos adecuados, ya que no es su misión principal, se observó en menos 49.7 %.

Variable Abrumado

Donde el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 26.47 con una $p= 0.000$ por lo tanto es $<$ que .05, Sí se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a Centros Comerciales.

Sentirse con una carga penosa, sentirse confundido, agobiado apabullado, se observó en menos 98.6 % (Variable Delta, ver tabla # 53) en los niños que acuden a parques. Hart y Moore (1973), señalan que los cambios en la cognición espacial de los niños están relacionados con su crecimiento y desarrollo, (Altman y Wohwill, 1978) primero los niños son egocéntricos, se creen el centro del mundo, perciben el ambiente de acuerdo a que tan cerca se encuentra algo con relación a ellos, posteriormente, en la etapa proyectiva utilizan puntos de referencia prominentes (Piaget, 1954) (Piaget, y Inhelder, (1967)). A la edad aproximada de 11 años los niños pueden pensar en términos abstractos, pueden utilizar coordenadas euclidianas o conceptos de dirección: N., S., E., O. Estas expansiones de los límites del territorio que son permitidas a los niños, casa cuadra o vecindario, significan que conforme los niños van creciendo, cambian sus campos espaciales cognitivos (Evans, 1980; Zube, 1980). Sin embargo por otra parte, ya que el medio ambiente ofrece una multitud de sugerencias u “ofrecimientos,” (Gibson, 1977) el observador en este caso los niños, deberán darle sentido para que el ambiente funcione efectivamente como un conjunto, armónico, único y unido ya que generalmente solo un reducido número de sugerencias u “ofrecimientos”, son útiles para el observador (Brunswick, 1956). Por lo cual los niños que se encuentran en un nuevo ambiente como los centros comerciales, pueden encontrar un ambiente confuso por estar expuestos a tal cantidad de sugerencias y sentirse abrumados, confundidos, agobiados, apabullados, sin tener la capacidad de distinguir cuales son los ofrecimientos o sugerencias importantes para ellos, de tal manera que los niños que acuden a centros comerciales se sienten 98.6 % más abrumados que los que acuden a parques.

Variable Observar.

Donde el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 34.48 con una $p= 0.000$ por lo tanto es $<$ que .05 SÍ se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a centros comerciales

Se observaron niños vigilantes, dándose cuenta de lo que sucede, observando cosas o eventos, sin participar activamente, en menos 55% en los niños de parques (Variable Delta, ver tabla # 53) en comparación de sus contrapartes de centros comerciales. Los centros comerciales están diseñados para responder a su misión principal, ofrecer productos a la venta. Sus “ofrecimientos” (Gibson,1977) son generalmente para adultos, cumplen las normas de la oferta y la demanda, donde las negociaciones que comprenden la venta y compra de productos, finalmente termina, en el pago de alguna transacción por medio de dinero. Aunque a nivel de mercadotecnia, el que los niños piden y demandan que se les compre todo lo que se les ofrece, es conocido como “el poder de los niños,” los niños generalmente no tienen el poder de compra. Por otra parte el movimiento del hombre, refleja sus necesidades, intereses y actitudes (Kaul, 1983), en los centros comerciales a los niños desde pequeños no se les permite correr, tocar, explorar, socializar, hacer amigos, jugar con otros niños por ser desconocidos, no pueden trepar, escalar, gritar, cantar, bailar, porque los “ofrecimientos” de estos escenarios, no lo permiten, porque no es su finalidad, no es su misión, los niños hacen lo que si pueden hacer, los que sí se les está permitido hacer, que es observar, sin participar activamente, pero vigilando, tratando de darse cuenta de los que sucede, es por ello que los niños que asisten a centros comerciales observan 55% más que los niños que asisten a parques.

Variable Aburrimiento.

Donde el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 19.63 con una $p= 0.000$ por lo tanto es $<$ que .05 SÍ se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a centros comerciales

Se observó un sentimiento de hastío provocado por la ausencia de cosas que interesan, la falta de novedades o ausencia de molestias; al estar sin motivaciones, sin diversión y careciendo de estímulos, en menos 71 % en los niños de parques, (Variable Delta, ver tabla # 53). Todo organismo vivo es un sistema que tiende a conservarse intacto, si nuestra conducta en el plano biológico está dictada por nuestras necesidades, también lo estará por nuestros intereses; el interés es lo que nos importa en un momento dado, es lo que posee valor de acción porque responde a una necesidad, si el equilibrio interior del individuo se rompe, realiza los actos necesarios para su reparación, esta ruptura es una necesidad (Clapperade, 1905, Chateau, 1998) y se aplica al campo mental, cada necesidad posee la propiedad de desencadenar las relaciones necesarias para satisfacerla, (Bouchet, 1933, Dottrens, 1956) la actividad siempre está suscitada por una necesidad, toda acción consiste en alcanzar el fin que nos interesa, toda conducta está dictada por interés, (Claparede, 1905, Chateau, 1998) En la percepción ambiental, la información que recibimos por todos nuestros sentidos (Gifford, 1987, Allport, 1955) son los “ofrecimientos” que nos da el ambiente, de lo que el lugar puede hacer por nosotros (Gibson,1977), los ofrecimientos que dan los centros comerciales, visitar los departamentos de verduras, lácteos, muebles o artículos para el hogar, carecen de estímulos, no es del “interés” de los niños, su interés es el juego, el juego es la forma natural de la actividad infantil (Clapperade, 1905, Chateau, 1998), el juego es un ejercicio preparatorio presenta un significado funcional (Gross 1899, Chateau 1998) y prepara al niño a su futuro desarrollo (Bouchet 1933, Floria et al. 1978)). El juego desarrolla los

órganos del cuerpo y las conductas e incorpora en el sentido psicológico, las cosas a la actividad propia de los niños (Piaget, 1962). No hay desarrollo en el niño sino juega (Edenhammer, 1990) es por ello si el interés de los niños es jugar, ya que no pueden realizar esta actividad en los centros comerciales, responden a esta necesidad, rompiendo su equilibrio interior, actuando sin motivaciones, sin intereses, sin diversión, aburriéndose en más 71 %, que los niños de parques.

Variable Entusiasmo.

Donde el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 31.49 con una $p= 0.000$ por lo tanto es $<$ que .05 Sí se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las conductas de los niños que acuden a parques.

Cuando los niños perciben “los ofrecimientos” (Gibson, -1977) que les dan los parques, se observó la exaltación o excitación de su ánimo provocado por algo o por una cosa que los cautiva o por un sentimiento de admiración o interés hacia algo o hacia alguien, en la conducta de los niños en los parques en más 422.5 % (Variable Delta, ver tabla # 53). El observador está generalmente conectado al ambiente con un propósito u objetivo, el pensamiento está afectado por el nivel de estimulación que nos produce el ambiente, (Moore, 1979). Navhan y Stephen Trimble (1997) consideran que el contacto de los niños con la naturaleza puede hacer florecer un sentimiento de acercamiento hacia la tierra y esto a su vez, cultivar la autoestima (Buttimer y Seamon, 1980), tratamos los lugares sin significado, de un modo diferente de aquellos que sí lo tienen (Brunswick, 1956), ya que el ambiente ofrece una multitud de sugerencias, y el observador, les da sentido y las percibe como útiles para que funcionen como un conjunto. Los niños encuentran los escenarios de parques, llenos de sugerencias, exaltados, excitados y rebozando de *entusiasmo* perciben las múltiples ofrecimientos como un conjunto donde divertirse, donde se sienten cautivados e interesados en mil cosas que les gustan.

TABLA # 53

Como se puede observar en la TABLA # 53, obtenida de los porcentajes de valores estadísticamente significativos en las observaciones hechas por medio de los mapas conductuales, se han marcado con asterisco los resultados comparativos de mayor frecuencia, habiéndose encontrado que las conductas positivas son más numerosas en los parques y las conductas negativas son más numerosas en los centros comerciales.

Se ha añadido además la Variable Delta, con la finalidad de ver la diferencia de porcentajes entre los dos escenarios, aplicando la fórmula: $\Delta \% = [(A-B) / B] \times 100$, donde A= Parques, B = Centros comerciales, 100 = Constante.

TABLA # 53.

	CONDUCTAS OBSERVADAS	CENTRO COMERCIAL %	PARQUES %	VARIABLE Δ %
E.I.3.2	EXPLORAR-TOCAR	34.6 %	*66.3 %	91.6 %
E.I.3.3	SOCIABILIDAD	18.9 %	* 68.4 %	261.9 %
E.I.3.4	FRUSTRACIÓN-SENTARSE	*49.2 %	7.7 %	-84.3 %
E.I.3.5	AGRESIVIDAD	*31.4 %	14.8 %	-52.9 %
E.I.3.6	ALEGRÍA-FELICIDAD	34.6 %	*80.6 %	132.9 %
E.I.3.7	CORRER	36.8 %	*55.1 %	49.7 %
E.I.3.8	ABRUMADO-SERIEDAD	*34.8 %	0.5	-98.6 %
E.I.3.10	OBSERVAR	*53.3 %	24	-55 %
E.I.3.12	ABURRIMIENTO	*44.2 %	12.8	-71 %
E.I.3.13	ENTUSIASMO	17.8	*93 %	422.5 %

CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS A CUESTIONARIOS.

De las veinticuatro preguntas del cuestionario, doce aplicadas a cada uno de los niños y doce preguntas aplicadas a cada uno de los padres en ambos escenarios se observó que:

En los centros comerciales. Solo dos respuestas fueron estadísticamente significativas.

En los parques. Fueron estadísticamente significativos los datos obtenidos de seis preguntas.

EN LOS CENTROS COMERCIALES:

Las dos siguientes preguntas cuyos datos obtenidos fueron estadísticamente significativos, **fueron respondidas por los padres**

Variable cuando se preguntó a los padres si su hijo juega solo.

Donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 7.92 con una $p = .019$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres a las conductas de sus hijos. Ya que los padres de los niños que asisten a centros comerciales, acusan que sus hijos juegan solos, en mas 25.53 % (Variable Delta, Ver Tabla #54) o sea que juegan sin compañía, sin familia, amigos, ni nadie que los acompañe y consideran que es importante que sus hijos sean independientes, como una actitud de confianza en sí mismos (Chaplin, 1971) donde el esfuerzo y su iniciativa personal deben preceder a cualquier acción social y no necesiten de "alguien" para poder jugar, donde consideran la "personalidad" de sus hijos como algo individual dentro de una organización dinámica de sistemas psicofísicos que determinan sus características de conducta y pensamientos, donde el concepto de "esfuerzo propio," se refiere a la conducta centrada en sí misma como motivo para realizar las propias potencialidades, los objetivos de vida y la fuerza en la realización de los ideales (Allport, 1955). Además dentro de la clasificación del juego del gran pedagogo Parten (1932) que realizó desde principios del siglo pasado, aparece el juego individual, donde el niño juega solo e imagina a otros. Se observa además en (Cole & Rodman, 1987 y Olds, 1986), que los niños con responsabilidades, quienes generalmente se cuidan solos sin la supervisión de los adultos, porque ambos padres, o el padre custodio soltero trabaja fuera del hogar, niños de 7 a 13 años, que después de la escuela durante la mañana o por la tarde, la mayor parte del cuidado es por sí mismos y juegan solos. Sin embargo aunque jueguen solo, a veces necesitan de "algo" que se puede adquirir en algún centro comercial, por ejemplo un libro de Lynette Long (1984) con más de 125 actividades para aprender a cuidarse, estar solos y jugar solos. En su contraparte en los parques, los beneficios del desarrollo en escenarios con diversidad se refuerzan, (Campbell & Frost, 1985), clasificaron el comportamiento con relación al impacto de desarrollo de los niños, comparando su conducta en los campos de juego tradicionales con juegos tubulares de fierro, contra uno contemporáneo, de madera, con plástico, fierro y acero. El comportamiento constructivo y *solitario* se incremento tres veces en los diseños contemporáneos debido a la presencia de una mayor diversificación de equipo y materiales y no así la socialización, es por ello que los padres de los niños que asisten a parques reportan de sus hijos esta conducta solamente en menos 25.53 %, en comparación con los padres de los niños que asisten a centros comerciales.

Variable cuando se pregunta a los padres si su hijo juega con otros y escoge ser líder

Donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 10.42 con una $p = .005$ por lo tanto es $<$ que .05 SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres a las conductas de sus hijos. Ya que las contestaciones de los padres de los niños que asisten a centros comerciales a la pregunta "Mi hijo juega con otros y escoge ser líder" es mas 20.76 % (Variable Delta, Ver Tabla # 54), ya que estiman que sus hijos poseen los rasgos de personalidad para guiar o dirigir a los demás porque sus hijos poseen cualidades personales por lo que son destacados, influyentes y competitivos, (Chaplin, 1968) considerando que es importante que sus hijos tengan con quien jugar (Papalia, 1994) y escojan ser líderes de los demás niños, que sus hijos sean seguros de sí mismos, independientes y que los demás hagan lo que ellos dicen, que sean "líderes", observándose una gran deseabilidad social, en comparación con los padres de los niños que asisten a parques que es menos 20.76 %.

EN LOS PARQUES:

Las dos siguientes preguntas fueron respondidas por los padres y los datos obtenidos son estadísticamente significativos.

Variable Pregunta a los padres mi hijo juega con otros y hace lo que le dicen.

Donde el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de .238 con una $p = .001$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres a las conductas de sus hijos que acuden a parques ya que reportan que sus hijos *juegan con otros y hacen lo que le dicen* en mas 88.50 %, (Variable Delta, Ver Tabla # 54), en comparación con los niños que acuden a Centros Comerciales. En la clasificación del juego de Parten (1932) esta variable es el Juego Asociativo.

Variable Pregunta a los padres mi hijo juega con otros y se une al juego.

donde el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 9.87 con una $p = .007$ por lo tanto es $<$ que .05, SI se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres a las conductas de sus hijos que acuden a Parques, ya que reportan en más 17.96 % (Variable Delta, Ver Tabla # 54). que sus hijos *juegan con otros y se unen al juego*. En la clasificación del juego de Parten (1932) esta variable es el Juego Cooperativo.

En ambas variables a los padres les parece importante que sus hijos sean sociables que convivan, se relacionen, jueguen con otros niños y hagan lo que les dicen. . Esto es debido a que consideran que sus hijos necesitan de otros niños para poder jugar y que convivan y se relacionen con otros chicos, siendo sociables por naturaleza (Papalia, 1994) y vayan a los parques donde están otros niños, al ambiente social (Wohlwill, 1978) para hacer lo que otros hacen; ya que tener con quien jugar, les desarrolla las capacidades para adaptarse al grupo (Butler, 1978) a conciliar, a negociar, a dar, a recibir, amar y a ser amados (Laguna, 1994) aprendiendo dinámicas de grupo; además de que el paisaje natural de los parques incluye respuestas sociales de comunicación entre otros aspectos benéficos (Zube, 1980; Kaplan & Kaplan, 1982-1989 y Dwyer, J F., Hutchinson, R., Wendling, R. C. 1981). La interacción es la clave para un mayor desarrollo intelectual, social y emocional de la niñez. Los niños exigen respuestas de la gente que esta alrededor de ellos y ellos a su vez, reaccionan a aquellas respuestas (Papalia, 1994) y como manifiesta Sánchez Sosa (1997) en sus seminarios de investigación cada vez hay más estudios sobre la relación concluyente que hay entre la salud mental y la sociabilidad. En los parques los niños cambian su comportamiento y su conducta al estar afectada por otros niños sin necesidad de comprarles algo en comparación con lo que opinan los padres de los niños que acuden a centros comerciales, que reportan que sus hijos juegan con otros niños y hacen lo que les dicen en menos 88.50 % y que sus hijos juega con otros y se unen al juego en menos 17.96 %.

Las cuatro siguientes preguntas fueron respondidas afirmativamente, tanto por los padres como por sus hijos y los resultados obtenidos son estadísticamente significativos en ambos casos.

Variable pregunta a los niños “No juegas con otros pero los observas”.

Donde el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 9.818 con una $p = .007$ por lo tanto es $<$ que .05, Sí se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los niños que acuden a Parques.

Variable pregunta a los padres “Su hijo no juega con otros pero los observa”.

Donde el valor de Chi –Cuadrada Pearson fue de 8.30 con una $p = .016$ por lo tanto es $<$ que .05, Si se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres a las conductas de sus hijos que acuden a Parques, en comparación con los niños que acuden a Centros Comerciales

En los parques, en esta variable tanto los niños como sus padres, respondieron afirmativamente a esta pregunta, en el caso de los niños en más 25.53 % y en el caso de los padres en más 50.41 % (Variable Delta, ver tabla # 54), en comparación con los niños que acuden a centros comerciales. Este es el comienzo de cualquier relación entre niños, primero observar, que y quienes están jugando y poco a poco decidir con quien jugar, es el proceso normal de inicio de una amistad entre niños. De acuerdo con Piaget (1951) el pensamiento preoperacional, está limitado en un extremo por la etapa del desarrollo de actos sensoriomotores (1 ½ -2 años) y en el otro por la construcción de operaciones concretas (6-7 años), manipulaciones de la realidad, interiores simbólicas, a través de representaciones, cuyo requisito principal, lo llama la capacidad para distinguir los significantes de los significados y tener la posibilidad de aprender de modo simultáneo hechos separados, reflexionar sobre la organización de sus propios actos mientras éstos se aplican a las cosas, ser “contemplativo” de la acción, en lugar de meramente activo, es la fase preoperacional. Más tarde a partir de la etapa activa del desarrollo, los niños se mueven con un interés (Clapperade, 1905; Bouchet, 1933; Dottrens, 1956; Floria etal. 1978, Chateau, 1998). El ser humano está generalmente conectado al ambiente con un propósito u objetivo, el pensamiento está afectado por el nivel de estimulación que produce el ambiente, Moore G.T, (1979), Moore G.T., and Colledge, R, G. (1976) Moore G.T., Cohen, U and Mc Gihty T, (1979-1981) Moore G.T.(1985,). El interés inmediato de los niños es jugar, sin embargo solamente juegan cuando el escenario tiene tres características: seguridad, accesibilidad y ser un espacio de exploración o aventura (Laguna, 1993) como generalmente estas tres características no la tienen los parques, los niños y sus papás dicen que sus hijos no juegan con otros pero los observan. Por otra parte, los centros comerciales, donde los escenarios tampoco tienen estas tres características, los niños acusan realizar esta conducta en menos 25.53 % y sus padres refieren de sus hijos, en menos 50.41 %, por lo que se puede observar la gran “deseabilidad social” de ambos grupos, sobre todo de los padres de este escenario refiriendo que sus hijos “si juegan con otros niños y no los observan”.



Variable pregunta a los niños "Siempre quieres el juguete de otro niño".

Donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 15.61 con una $p = .000$ por lo tanto es $>$ que .05 Sí se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los niños que acuden a Parques

Variable pregunta a los padres su hijo "Siempre quiere el juguete de otro niño".

Donde el valor de Chi -Cuadrada Pearson fue de 12.96 con una $p = .002$ por lo tanto es $<$ que .05, Sí se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de los padres con respecto a la conducta de sus hijos que acuden a Parques.

En los parques, a esta variable tanto los niños, como sus padres, respondieron afirmativamente esta pregunta, obteniéndose datos estadísticamente significativos en el caso de los niños en más 88.84 % y en el caso de los padres más 97.38 % (Variable Delta, ver tabla # 54) en comparación con los niños que acuden a centros comerciales. En el proceso de desarrollo de la personalidad, en la primera etapa que es la autoestima, cuando afirman su personalidad y siempre quieren todo para sí mismos; conocido como el "egocentrismo" a la incapacidad de ver las cosas desde el punto de vista de otra persona, donde los niños pequeños no pueden imaginarse la realidad desde otra perspectiva. diferente (Piaget & Inhelder, 1967). Desde los tres años y más los niños se dirigen gradualmente hacia el autocontrol y la autorregulación, conducta iniciada por sí mismos y socialmente aceptada, este desarrollo depende ampliamente de la autoconciencia cognoscitiva, de la conciencia de los estándares sociales y de la habilidad de aplicar este conocimiento en las nuevas situaciones (Papalia, 1994). La habilidad para adaptarse al cambio y el estado de ánimo general del niño, parecen ser rasgos de temperamento heredado (A. Thomas, Chess y Birch, 1968) que *permanecen* absolutamente estables con el tiempo. Los niños que a la edad de dos años y medio *son* amigables, se involucran con otros niños y son capaces de enfrentar la agresión, *permanecen* sociables hasta la edad de siete años y medio (Waldrop y Halverson, 1975). Desde los dos años, los niños parecen expresar su necesidad de autonomía resistiéndose a casi todo lo que se les pide que hagan, están en una etapa perfectamente normal que con frecuencia continúa a lo largo de los años preescolares, donde parecen importunar o "jugar" con sus padres y no ser tomados en serio (Haswell, K., Hock, E., & Wenar, C. 1981), conocido como la etapa del "negativismo." Los niños que acuden a parques no tienen muchos juguetes tal vez acuden a los parques con uno de ellos, van a los parques porque aquí encuentran "los ofrecimientos" que necesitan para jugar, es por ello que siempre quieren el juguete de otro niño; por otra parte los niños que acuden a centros comerciales, el único "ofrecimiento," de su interés en los centros comerciales son los juguetes, tienen muchos y siempre les compran más; es por esto, que tanto los niños como sus padres reportan que no siempre quieren el juguete de otro niño, ellos no necesitan el juguete de otro niño, es por eso que los niños reportan en menos 88.84 % y sus padres en menos 97.38 % que *siempre quieran el juguete de otro niño*".

De acuerdo a la evaluación de las respuestas obtenidas de la aplicación del cuestionario por medio del análisis inferencial, se presenta la siguiente tabla que resume el porcentaje de las frecuencias de las conductas de los valores estadísticamente significativos, marcados en negritas, comparando los escenarios de el Centro Comercial y del Parque, y donde además se añadió la variable Delta

Se ha añadido además la Variable Delta, con la finalidad de ver la diferencia de porcentajes entre los dos escenarios, aplicando la fórmula: $\Delta \% = [(A-B) / B] \times 100$, donde A= Parques, B = Centros comerciales, 100 = Constante. (Ver tabla # 54)

TABLA # 54

	CONDUCTAS	SUJETOS	Centros Comerciales	Parques	VARIABLE DELTA
			%	%	Δ %
E.1.2.1	JUEGA SOLO	SI padres	40.0	28.7	-25.8
E.1.3.5	NO JUEGA CON OTROS PERO LOS OBSERVA	SI niños	47.0	59.0	+25.53
		SI padres	36.5	54.9	+50.41
E.1.2.11	JUEGA CON OTROS Y HACE LO QUE LE DICEN	SI padres	26.1	49.2	+88.50
E.1.2.13	JUEGA CON OTROS Y SE UNE AL JUEGO	SI padres	75.7	89.3	+17.96
E.1.2.15	JUEGA CON OTROS Y ESCOGE SER LIDER	SI padres	49.6	39.3	-20.76
E.1.2.21	SIEMPRE QUIERE EL JUGUETE DE OTRO NIÑO	SI niños	27.8	52.5	+88.84
		SI padres	19.1	37.7	+97.38

Resultados del análisis inferencial de los datos obtenidos de la relación comparativa de las respuesta de los padres con las de los hijos

Entre las respuestas de los padres y de los hijos a las 24 preguntas aplicadas se obtuvieron valores estadísticamente significativos *en todas* las respuestas de los padres, (Ver tabla 55) es por ello que se observa una enorme deseabilidad social de los padres con respecto a las conductas de sus hijos, en ambos escenarios.

TABLA # 55

<u>CONDUCTAS</u>			Centros Comerciales	Parques
			%	%
			Relación Padres/Hijos	Relación Padre/Hijo
E.1.2.1	JUEGA SOLO	SI padres	80 %	94.3
E.1.2.3	JUEGA IMAGINARIA-MENTE	SI padres		98.6
E.1.3.5	NO JUEGA CON OTROS PERO LOS OBSERVA	SI padres	97.6	91
E.1.2.7	NO JUEGA CON OTROS PERO LES DA INSTRUCCIONES O SUGIERE	Niños		NO 80
		SI padres	95.2	
E.1.2.9	JUEGA CON OTROS PERO NO EL MISMO JUEGO	SI niños	NO 76	
		SI padres		94.2
E.1.2.11	JUEGA CON OTROS Y HACE LO QUE LE DICEN	SI padres	65.5	93.3
E.1.2.13	JUEGA CON OTROS Y SE UNE AL JUEGO	SI padres	95.4	63.66
E.1.2.15	JUEGA CON OTROS Y ESCOGE SER LIDER	SI padres	91.2	91.7
E.1.2.17	JUEGA CON OTROS Y ESCOGE SEGUIR A LOS DEMÁS	SI padres	90.8	95.8
E.1.2.19	JUEGA CON OTROS COMPARTIENDO SUS JUGUETES	SI padres	96.8	96.9
E.1.2.21	SIEMPRE QUIERE EL JUGUETE DE OTRO NIÑO	SI niños	NO 79.1	
		SI padres		93.5
E.1.2.23	ESPERA SU TURNO PARA JUGAR	SI niños	NO 98.6	
		SI padres		94

Estos promedios se vuelven altamente significativos si hacemos una analogía comparativa con la variable observada en mapas conductuales con relación a la *sociabilidad* ya que en los mapas conductuales arrojaron como resultado en esta variable en los Centros Comerciales la cifra de 18.9 %, significativamente inferior, con respecto a los porcentajes obtenidos en los cuestionarios; y estadísticamente más significativo es que en la misma variable en los parques la cifra observada fue de 68.9 %. Es notorio en primer lugar, que la cifra de *sociabilidad* observada en los mapas conductuales en los Parques, es casi tres veces mayor que la observada en Centros Comerciales y en segundo lugar, que el porcentaje de conducta observada de sociabilidad en parques, coincide con los porcentajes de los cuestionarios en las preguntas asociadas con *sociabilidad*. Sin embargo es necesario observar la alta deseabilidad social, por parte de los niños y por parte de sus padres en los porcentajes obtenidos en las preguntas del cuestionario aplicado en Centros Comerciales. (Ver TABLA #56)

En la TABLA # 57, se escogieron las preguntas de los cuestionarios, en cuyas respuestas los datos obtenidos fueron estadísticamente significativos relacionadas con sociabilidad que son: "juega con otros y hace lo que le dicen" y "juega con otros y se une al juego" y se obtuvo el promedio de los porcentajes. No hubo datos estadísticamente significativos en las respuestas obtenidas de ambos sujetos en los centros comerciales, así como tampoco de parte de los niños en ambos escenarios, sin embargo si la hubo de parte de los padres en ambas preguntas en los parques. En el promedio del porcentaje estadísticamente significativo de las respuestas de los padres, es fascinante encontrar que "lo que dicen que sus hijos hacen" con relación a su sociabilidad, es el mismo porcentaje observado de lo que los "niños hacen" con respecto a la variable "sociabilidad" en los mapas conductuales de PARQUES.

TABLA # 57

CUESTIONARIOS					MAPAS CONDUCTUALES		
PREGUNTAS	SUJETOS	CENTRO COMERCIAL	PARQUES	PROMEDIO Porcentaje		CENTRO COMERCIAL	PARQUE
JUEGA CON OTROS Y HACE LO QUE DICEN	NIÑOS	No hubo datos estadísticamente significativos	No hubo datos estadísticamente significativos	Papás 69.2	SOCIABILIDAD	18.9	68.9
	PADRES		49.2				
JUEGA CON OTROS Y SE UNE AL JUEGO	NIÑOS	No hubo datos estadísticamente significativos	No hubo datos estadísticamente significativos				
	PADRES		89.3				

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

CONCLUSIÓN

Los recién nacidos tienen al nacer miles de millones de neuronas, entre las cuales se establecen conexiones, llamadas sinapsis, que se multiplican rápidamente al entrar en contacto el neonato con la estimulación exterior y que alcanzan el increíble número de mil billones(1). Estas sinapsis dan lugar a

(1). Casualmente es el mismo número pero de dólares, que gastan anualmente los niños directa e indirectamente en los centros comerciales- (Pg. 32).

estructuras funcionales en el cerebro, que van a constituir la base fisiológica de las formaciones intelectuales, fisicomotrices, emocionales, psicológicas y sociales del ser humano. Esto es debido a la plasticidad del cerebro, concepto básico en la concepción de la **estimulación** en la niñez. Al nacer el ser humano posee ésta extraordinaria cantidad de neuronas y posibilidades incalculables de realizar sinapsis, tiene muchas más que cuando alcanza el tercer año de vida y el doble de las que tendrá como adulto. Martínez M. (1999). Por ende, la estimulación es vital, ya que de estas interconexiones, impulsos electromecánicos corrientes eléctricas, provocadas por sustancias químicas, o sinapsis, varían de acuerdo a la edad y puede graficarse. Del nacimiento a la pubertad, la pendiente de crecimiento es de 70 % y entre la pubertad y los 21 años, (adolescencia) con una pendiente de 30 %. Carnegie Foundation, (1994) cit. en “Asociación Mundial de Educadores Infantiles” y que serán la base para el aprendizaje en las experiencias de todas las etapas y ámbitos en la vida. Esto indica, que la neurona cuando muere no es sustituida por otra, se pierde e impide la proliferación de interconexiones nerviosas ó decrecen en número progresivamente si no hay una **estimulación** apropiada, afecto y alimentación. Ponce C., (1999).

Por lo anterior, es en éste contexto que es importante considerar al juego como la actividad que más estimula la sinapsis, ya que *el juego representa la posibilidad de estimulación de todas las capacidades* con que nace el niño; intelectuales, emocionales, fisicomotrices, psicológicas y sociales y que el mejor desarrollo del niño es a través del juego; **la conclusión de ésta investigación es que son los parques el mejor escenario para ello.**

S u g e r e n c i a s .

PROPUESTAS DEL INVESTIGADOR:

Propongo que haya programas para desarrollar una planificación racional, creativa de nuevas áreas verdes; que nos lleven a la meta de la construcción de nuevos parques, teniendo como propósito hacer una “Ciudad dentro de un Bosque”. Donde los niños tengan más espacios y oportunidades de juego; ya que como se comprobó en este estudio, todos saldremos ganando, viviendo en ciudades, donde ellos que son el futuro del país, sean física y emocionalmente, saludables y felices. La primera propuesta es construir escenarios de remanso dentro de de la ciudad: “Parques de manzana” (Laguna 1985, espacios de juego, de creatividad y de experimentación y Parques Vecinales (Laguna, 1985), escenarios de aventura, desarrollo y convivencia, para niños de hasta 13 años.

PROPUESTAS DE INVESTIGACIÓN.

Hacer más investigación sobre el desarrollo del niño en las áreas verdes. Observar si hay alguna influencia de las áreas verdes en los valores morales del ser humano como: Honestidad, compromiso, responsabilidad, respeto etc.

LIMITACIONES.

¿Qué pasó con el juego de lo niños?. El objetivo de este estudio fue observar las conductas de los niños en ambos escenarios. El deseo de contar con el mismo número de sujetos en la muestra en ambos escenarios, nos obligó a realizar el doble de visitas entre semana en comparación con el fin de semana.. Con base en lo anterior observamos una oportunidad para realizar una nueva investigación en la cual trataremos de responder a la pregunta de ¿donde se encuentran los niños?; dado que el objetivo de esta investigación consistió en observar las conductas de los niños y no en averiguar en que escenario se encontraban más niños, que puede ser otra propuesta de estudio.

Se sugiere para estudios posteriores obtener la confiabilidad con jueces por medio de un criterio estadístico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acrelodo, L. P. (1982). The Familiarity Factor in Spatial Research. In R. Cohen Ed. New directions for child development: Children's conceptions of spatial relationships p.p. 19-31 San Francisco, CA: Jossey- Bass.
- Acrelodo, L. P., Pick, H. L & Olson, M. G. (1982). Environmental Differentiation and Familiarity as Determinants of Children's Memory for Spatial Location. *Developmental Psychology*, 11, 495- 501.
- Altman, I. (1975). The Environment and Social Behavior. Monterrey, California. Brooks Cole.
- Altman, I. and J.E. Wohlwill, (1978). Children and the Environment. New York, Plenum Press.
- Allport, (1955). Theories of Perception and the Concept of Structure. New York. Ed. Wiley.
- Appleyard, D. (1969). Why buildings are known. *Environment & Behavior* , 1.131-156.
- Appleyard, D. (1976). Planning a pluralistic city. Cambridge, MA: MIT Press, 422-452.
- Asociación Mundial. de Educadores Infantiles. (Sept. 2000)
http://www.waece.com/juegoyjuguete/estudio_desarrollo_neurobiologico.html
- Baird, J. Et al. (1979). Studies of the Cognitive Representation of Spatial Relation, *Journal of Experimental Psychology*: Geneva, 108, 90-106.
- Baker (1968). Personal Programs, Philadelphia, Edit. Barcai.
- Barnés, R. D. (1981). Perceived Freedom And Control In The Built Environment. In J. H. Harvey Ed., Cognition, Social Behavior And The Environment. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Barón, R.A. (1978). Invasions Of Personal Space And Helping- Mediating Effects Of Invader's Apparent Need. *Journal Of Experimental Social Psychology*. 14, 304, 312.
- Berkowitz, (1989) The Frustration-Aggression Hypothesis: Examination And Reformulation. *Psycho-Logical Bulletin*, 106, 59-73.
- Berkowitz (1962). Aggression a Social Psychological Analysis. New York. Mc. Graw Hill.
- Berkowitz (1970). The Contagion of Violence. In W.J. Arnold & M.M. Page (Eds.), Nebraska. Symposium on Motivation (Vol 18) Lincoln: University of Nebraska Press.
- Biel, A. (1982). Children's Spatial Representation of their Neighborhood: a Step Towards a General Spatial Competence. *Journal Of Environmental Psychology*, 2 193-200.
- Bixler, D. Robert (1997). Nature is Scary. *Environment And Behavior*, Vol. 29, No. 4, 443-467
- Bouchet, Henri (1933). L'Individualization de L'Enseignement , Paris. Ed. Alcané.

- Brehm, J.W. (1966). **A Theory of Psychological Reactance**. New York : Academic Press.
- Brunswick (1956). **Perception and the Representative Design of Psychological Experiments**. Berkeley; University of California Press.
- Butler, A. L.(1978). **Play as Development**, London. Meritt publishing Co.
- Buttimer & Seamon (1980). **The Human Experience of Space and Place**. Eds., London: Croom Helm.
- Canter, D. And Brown C. (1970). **Should We Treat Building Users as Subjects or Objects**. P. 7-18, London, England. Printed by Heffs W Heffer & Sons LTD.
- Cantor, J & Omdahl, BL. (L991) Effects of Fictional Media Depictions of Realistic Threats on Children's Emotional Responses, Expectations, Worries, and Liking for Related Activities Communications. *Monograph*, 58,384-401.
- Campbell, S.D., & Frost, J. L. (1985). The Effecyts of Play Ground Type on the Cognitive and Social Play Behaviors of Grade Two Children. In J. L. Frost & S. Sunderlin (Eds.) **When Children Play** (p.p.81-88) Wheaton, MD: Association for Childhood Education International.
- Carleson Les and Grossbart Sanford, (1988). Parental Style and Consumer Socialization of Children. *Journal of Consumer Research*, June, pp. 77-92.
- Caron Andre & Ward Scott (1975). Gift Decisions by Kids and Parents. *Journal of Advertising Research*, August, pp. 15-20.
- Centro Escolar Cedros (1989). El niño y la T.V. Conferencia impartida a los padres de familia por las Autoridades Docentes en las instalaciones del mismo colegio. México, D.F.
- Chaplin, J.P., & Krawiec, T. (1971). **Systems And Theories of Psychology**. Holt, Rinehart and Winston, New York.
- Chateau Jean, (1959) Claparade. "La Educación Funcional".- **Enciclopedie Pedagogique**.- Les grands pedagogues. Prol. René Poirier. Academie de Ciencias Morales et Politiques de Paris.
- Chateau Jean, (1959) Dwey. Froebel . Cit. en **Los Grandes Pedagogos**. Ed.. Fondo de Cultura Económica, México.
- Chateau Jean, (1998). Claparede Edouart. Cit. en **Los Grandes Pedagogos**. Ed. Fondo de Cultura Económica. . México.
- Chawla, L. (1988) Children's Concern For The Natural Environment. . New York, *Children and Environment Quarterly*.

- Chawla, L. & Hart, R. (1988) Roots Of Environmental Concern. In D. Lawrence, R. Habe, A. Haeker, & D. Sherrod Ed., People's Needs/Planet Management: Paths To Coexistence Pomona CA: Environmental design research association.
- Claparede Edouart (1905). Sicología del Niño y Pedagogía Experimental (1931). La Escuela a La Medida y La Educación Funcional. Ginebra, Suiza.
- Cohen, R., Weatherford, D., Lomenick, T., & Koeller. (1979) Development of Spatial Representations: Role of task demands and familiarity with the environment. *Child Development*, 50, 1257-1260.
- Consumers Union Educators Education Services (1990). Selling America's Kids: Commercial Pressures on Kid's on the 90's. Mount Vernon, NY: Consumers Union Education Services.
- Cole C. & Rodman, (1987) When School-Age Children Care for Themselves: Issues for family life educators and parents. *Family relations*, 36, 92-96,
- Cooksey, R.W., Dickinson, T.L. & Loomis, R.J. (1982). Preferences For Recreational Environments.
- Cooper-Marcus, C. (1978) Remembrance Of Landscapes Past. USA Landscape planning.
- Conning, A.M., & Byrne, R. W. (1984) Pointing To Preschool Children's Spatial Competence: A study in natural settings. *Journal of Environmental Psychology*. 4, 165-175.
- Coto, Ana María (1971). Las Capacidades Con Que El Niño Nace. Habana, Cuba. Instituto científico de la Habana.
- Covarrubias, C. & Mercado, S. (1980, agosto). Psicología Ambiental. El ambiente, los significados del uso, la comunicación y el cerco artificial. *Comunidad Conacyt* 6(116),80-88.
- Cuellar Perez Hortencia (1992). Froebel.- Editorial Trillas.- México, D.F.
- Dewey, J. (1930). How We Think. Ed.. Henry Regency Co., London.
- Dwyert J F., Hutchinson, R., Wendling, R. C. (1981). Participation In Outdoor Recreation by Black and White Chicago households. Paper presented at National Recreation and Park Association Symposium on Leisure Research, Minneapolis, MN.
- Driver, B. L. & Brown, P. J. (1983) Contributions of behavioral information in outdoor recreation resource supply inventories: A rationale. In H.G. Lund, V.J.LaBan, P.F. F. Folliott, D.W. Robinson (Eds), Integrated Inventories Of Renewable Natural Resources (General Tech. Rep. No. RM-55,PP. 24-32) Fort Collins, CO: U.S. Department of Agriculture, Rocky Mountain Forest and Range Experiment Station.
- Dottrens R. (1956) "Edouart Claparede", Les Grandes Pedagogues. Direction de Jean Chateau, P.U.F.

- Edenhammar K., Wahlund C. (1990). **No Development Without Play.** Trans by Christine Ribbing and edited by Radda Barnen. Swedich . Ed Save the Children- Children at Risk.
- Evans, (1980). Environmental Cognition. *Psychological bulletin*, 88, 259-267.
- Evans et al. (1984). The Effect Of Pathway Configuration, Landmarks And Stress On Environmental Cognition. *Journal of Environmental Psychology* 4: 323-3.
- Fernández Enrique (1997). Evolución de los zapotecos de los valles centrales. Periodo formativo. **Historia del Arte de Oaxaca.** Vol I Arte Prehispánico. México.Arqueología y Arte Gobierno Del Estado de Oaxaca.
- Floria B. Guillermo, Fenollosa M. Rosa, Hernández Victor, Mijón Tera, Roca Mesalles Isabel, RE; RIZ. (1978), Bouchet, Claparede, Dewy, Froebel,. Gross. Psicología y Pedagogía **Enciclopedia de Psicología** Tomo III.-, Plaza and Janes, S.A., editores. P.48.
- Freud. S, (1955). **Beyond the Pleasure Principle.** London. Standard Edition, 18 Hogarth. .
- Froebel (1959). **Los Grandes Pedagogos.** México. Ed. Fondo de cultura económica .
- Federal Trade Comission F.T.C. (1978). Rule that almost passed was described in F.T.C Staff Report On TV Advertising To Children, *Advertising Age*. February 27, pp 73-77.
- Gal Roger,(1966). Claparede. Dwey. Froebel Histoire de l'Education, p.u.f.. Paris Col. "**Que sais Je?**". Pg.97.
- Garling, Book, A., Lindberg, E., (1984). Cognitive Mapping Of Large Scale Environments: The interrelationship of large-scale environments: The interrelationship of action plans acquisition, and orientation. *Environment And Behavior*, 163, 34.
- Garling, Lindberg & Mantyla (1983). Orientation in buildings. Effects of familiarity, visual access, and orientation aids. *Journal Of Applied Psychology*.
- Gibson James. J (1950). **The Perception of The Visual World.** Boston: Houghton Mifflin.
- Gibson James. J (1966). **The Senses Considered as Perceptual Systems.** Boston: Houghton Mifflin.
- Gibson James. J (1977). The Theory Of Affordance. In R. E. Shaw & J- Branford .Eds. **Perceiving, Acting And Knowing: Toward An Ecological Psychology** pp. 67-82 . Hillsdal,; N.J. Erlbaum.
- Gibson James. J (1966 – L979). **The Ecological Approach To Visual Perception.** Boston, Ed. Hoghton, Infflin.
- Gifford (1976a). **Personal And Situational Factors In Judgments Of Typical Architecture.** Unpublished doctoral dissertation, British Columbia, Vancouver. Simon Fraser University.

- Gifford (1976b, March 9). Predicting Judgments Of Buildings: Reality vs. Simulation. Paper presented at the annual meeting of the Environmental Design Research Association, Vancouver, B.C.
- Gifford, T.(1982) Projected Interpersonal Distance And Orientation Choices: Personality, sex, and social situation. *Psychology*. Q 45: 145-52.
- Gifford R. (1982a). Children and the Commons Dilemma. *Journal of Applied Social Psychology*, 12, 269-280.
- Gifford R. (1982b). Projected Interpersonal Distance And Orientation Choices: Personality, Sex, And Social Situation. *Social Psychology Quarterly*, 45, 145-152 .
- Gifford R. (1987). Environmental Psychology. USA. Allyn and Bacon.
- Glassner, B., & Freedman, J.(1979). Clinical Sociology. New York: Longman, Inc.
- Goleman, Kaufman & Ray, (2000). El Espíritu Creativo. Argentina. Ed. Vergara.
- Govil. S.P. (1984). Play As An Instrument Of Child Growth. India. Ed. Nehru Bal Samiti.
- Graham Ellen (1988). As Kids Gain Power of Purse, Marketing Takes Aim at Them. *Wall Street Journal*, January, pp. 1,14.
- Groos Karl, (1896, 1899). El Juego De Los Animales. New York. Ed. Appleton.- El Juego de los Hombres, New York. Ed. Appleton.
- Hall, Edward.T. (1963-65). A System for The Notation Of Proxemic Behavior. *American Anthropologist*, 1003-1026.
- Hall, Edward.T. (1968-1969). Proxemics. *Current anthropology*. 83-107.
- Hall, Edward T (1974).Proxemia. Philadelphia. Society for the Anthropology of Visual Communication.
- Hall Jim , (1984) .Mighty Minutes: An Illustrated History Of Television's Best, Commercials. New York: Harmony books, Chapter 5.
- Hart. R (1978) Sex Differences In The Use Of Outdoor Space. In B. Sprung Ed., Perspectives on non-sexist early childhood education pp.101-109. New York: Teachers College Press.
- Hart, Roger A., & Moore, G.T.(1973). The Development Of Spatial Cognition: A Review. In R.M. R.M. Downs And D. Stea Eds. Chicago, Aldine. Image And Environment: Cognitive Mapping And Spatial Behavior.

- Hartig, T., Mang, M., & Evans, G. W. (1991). Restorative Effects Of Natural Environment Experiences. *Environment And Behavior*. 23, 3-26.
- Haswell, K., Hock, E., & Wenar, C. (1981) Oppositional Behavior Of Preschool Children: Theory and Prevention , Ed. *Family relations*, 30, 440-446.
- Heimstra W.N. (1976). Psicología Ambiental. México D. F. Ed. Manual Moderno.
- Herzog, T. R. (1984). A Cognitive Analysis Of Preference For Field And Forest Environments. *Landscape Research*, 9 (1),10-16.
- Hernández Sampieri R, Fernández Collado C., Pilar Baptista Lucio (1991). Metodología de la Investigación. México D.F. Mc Graw Hill.
- INEGI (1996). La Ocupación Laboral De Los Niños. Instituto Nacional de estudios en Geografía y Estadística. México D.F.
- IPA International Association for the Child's Right to Play. (1971). Mensajera de Paz Nairobi. *Play Rights* UNICEF, UNESCO, ECOSOC.
- IPA (1977). Declaración Por El Derecho Del Niño A Jugar. Reunión de consejo IPA en Malta. Revisada por e Consejo Internacional IPA en Viena (Sept. 1982), en Barcelona en sept. de 1989, en Melbourne sept. 1996.
- Jenkins, V.S. (1994). The Lawn; A History Of An American Obsession. Washington. Smithsonian Institute Press.
- Kaplan, R. (1975). Some Methods And Strategies In The Prediction Of Preferences. In E R, O Brush, and J.G. PA: FABOTS (Eds) *Landscape assessment: Values, perception and resources* Stroudsberg, Dowden, Hutchinson, and Ross.
- Kaplan, S, (1979). Perception And Landscape: Conception And Misconceptions. In G.H. Elsenen and R.C. Smardon (Tech. Coords.), *Our national landscape*. (General Tech. Rep. No. PSW), Berkely, CA: U.S. Deparment of Agriculture, Pacific Souhtwest Forest and Range Experiment Station. 3, pp. 241-248.
- Kaplan, S, (1980). Hand Book of Environmental Psychology Vol. 2 Edited by Daniel Stokols e Iwin Altman. Pg. 1259 *Children's Environments*. Bjorrokld. Educational Enviornments Pg 1345.
- Kaplan, & Kaplan, R. (.1982). Cognition And Environment: Functioning In An Uncertain; World. New York. Preager.
- Kaplan, S.(1987). Aesthetics, Affect, And Cognition. Environmental preference from an Evolutionary perspective. *Environment and Behavior*, 19, 3-32.
- Kaplan, R. & Kaplan, S. (1989). Experience Of Nature. Cambridge University Press.

- Kaplan, S. & Peterson, C. (1993). **Health And Environment: A Psychological Analysis.** Landscape And Urban Planning.
- Kaplan, S (1995). The Restorative Benefits Of Nature: Toward An Integrative Framework. *Journal Of Environmental Psychology*, 15, 169-182.
- Kaul Venita (1983). **Play As An Instrument Of Child Growth.**- Paper presented in Afro-Asian Conference on Role Play in Child Development on 14-18 November. New Dehli, India. National Institute Of Public Cooperation And Child Development. Pág.19.
- Kirkby, M. A. (1987). **Young Children's Attraction To Refuge In The Landscape: An opportunity for dramatic play.** Landscape Architecture Thesis, University of Washington, Seattle, Wa. Center For Planning and Research.
- Laguna Concepción. (1986). Parques y Campos de Juego para Niños. México *Rev. Enlace*. Sept.
- Laguna, Concepción (1985) **Manual de Planeación, Diseño y Manejo de las Áreas Verdes Urbanas del D.F.** México, D.F. Ed. D. D. F.
- Laguna Concepción (1993) The Children, The Green Areas And The Sense Of Community. Charpman & Hall. London. *Play journal*, July, August pp53-56-
- Laguna Concepción (1994) Children, Green Areas And The Sense Of Community In Mexico City Athens, Greece. *Ekistics* 364, January/February 1994. 365, March/ April 1994.
- Laguna, Concepción (1994). Fundación De La Sociedad Civil Con Acta Notarial Y Construcción De La Juego-Teka Ave Niño S. C.. **Áreas Verdes Para El Derecho Del Niño A Jugar S.C** Con Dom. En Oaxaca # 134 San Jerónimo Aculco. Magdalena Contreras, México, D.F.
- Law Nolte D. (1998) **Children Learn What They Live.**- New York. Workman Publishing.
- Lee Terence. R (1968). Urban Neighborhood As A Socio-Spatial Schema. *Human Relations*, 21, 241-267.
- Lee Terence. R (1973). **Psychology And Living Space.** En R. M. Downs y D. Stea. Chicago: Aldine (eds.) Image And Environment: Cognitive Mapping And Spatial Behavior.
- LindbergE, Hartig T, Garvill J., Garling T. (1992) Residential- Location Preferences Across The Life Span. *Journal of Environmental Psychology* 11: 75-86
- Loomis, R.J. (1982). **Theoretical Considerations And A Comparison Of Models** . U.S.A. Leisure Sciences.
- Lynette Long (1984). **On My Own: The Kids Self Care Book.** Washington, DC: Acrópolis.
- Lynch, K. (1960). **The Image Of The City.**- Boston Mass. U.S.A Cambridge, Ma. MIT. Press.

- Magnet, Myron (1987). The Money Society, *Fortune*, July 6, pp. 26-31.
- Malaguzzi (1990, 1992). Escuela de Juegos en Regio Emilia, Italia cit. en El espíritu Creativo de Daniel Goleman (1999), Cap 3. Ed. Vergara. México 2000.
- Mason, J- (1982). The Environment Of Play. West Point, NY: Leisure Press.
- Martínez Mendoza F. (1999). Asociación Mundial de Educadores Infantiles
<http://campus-oei.org/celep/celep3.htm>
- Mc. Neal James.U (1969). The Child Consumer: a New Market. *Journal of Retailing* , Summer PP. 15-22, 84.
- Mc. Neal James U. (1984). Children as Consumers: Insights and Implications. Lexington, MA; Lexington Books, Chapter 3.
- Mc. Neal James U. (1992). Kids as Customers. U.S.A. Lexington Books, Macmillan Inc.
- Mercado Domenech Seraffin (1996). La Evolución Y La Curiosidad. Conferencia impartida en la Juegoteca AVE NIÑO S.C. México, D.F.
- Miles, M.P., Good, D.J., McDonald-Schultz, R.J., & Capella, L.M. (1993). Parenthood And Wildland Recreation Consumption: An Unexplored Phenomenon. Psychology And Marketing.
- Montessori, Maria, (1961). What You Should Know About Your Child. Madras India. Kalakshetra Publications ,
- Montessori, Maria, (1971). La Mente Absorbente Del Niño. Ed. Araluce. Barcelona, España.
- Moore G.T., (1978 a). Dimensions In The Perception Of Architecture: I. Identification and interpretation of dimensions of sympathy, *Scandinavian Journal of psychology*, 12,73-82.
- Moore G.T., (1978 b). Dimensions In The Perception Of Architecture: III Multidimensional preference dealing. *Scandinavian Journal of Psychology* 19,145-150.
- Moore, Gary T. (1979). Knowing About Environmental Knowing. The Current State Of Theory And Research On Environmental Cognition. *Environment & Behavior*, 11, 11-70.
- Moore, G.T. (1985). The State Of The Art In Play Enviornmental Research And Applications. In J Frost and S. Sunderlein (Eds.) When Children Play. Whealaton, M.D. Association of Chilhood Educación International,
- Moore G.T., and Golledge, R.G. (1976). Environmental Knowing. Start lug, PA: (Eds.). Dowden, Hutchingson, and Ross.

- Moore, G.T. Cohen, U. and Mc Gihty, T. (1979-1981) **Planning and Designing Declines: Child Care Centers And Outdoors Play Environments** (7 vols.). Milwaukee: University of Wisconsin- Milwaukee, Center for Architecture and Urban Planning Research.
- Moore R. C. (1976). **The Environmental Design Of Children- Environment Relations**. In Children, Nature And The Urban Environment. Proceedings of a Symposium- Fair. Publication No. 19028, Pp 297-213. Darby, PA: U.S. Forest Experimental Station.
- Moore R. C. (1980a). Collaborating With Young People To Assess Their Landscape Values. *Ekistics*, 281, 128-135.
- Moore R. C. (1986a). **Childhood's Domain: Play And Place In Child Development**. London: Croom Helm.
- Moore R. C. (1986c). The Power Of Nature: Orientations Of Girls And Boys Toward Biotic And Abiotic Settings On A Reconstructed Schoolyard. *Children's Environments Quarterly*, 3(3) 52-69
- Moore R. C. (1989a). **Before And After Asphalt: Diversity As A Measure Of Ecological Quality** In Children's Play Environments. In M. Bloch & T. Pell Grim. Eds, The Ecological Context of Children's Play. Ablex Publishing.
- Moore R. C. (1989b). **Dance Of Life: Child Development And The Ecology Of Outdoor Play**. In M. Kurosaka (Ed.) Tokyo: Shiakusha Resonance in Nature.
- Moore, R.C., & Young D. (1978). **Childhood Outdoors: Toward A Social Ecology Of The Theory and Research** .- New York. Children and the Environment : Ed. Plenum.
- Moore-R.C. (1989). **Before And After Asphalt: Diversity As An Ecological Case Of Quality** In. M.N Bloch & A.D. Pilgrim Eds., Ecological context of children's play. Norwood, N.J. Ablex.
- Munger Richard L. (1998). **The Ecology Of Troubled Children.- Changing Children's Behavior By Changing The Places, Activities And People In Their Lives**. Mass. U.S.A. Brookline Books.
- Mumford Lewis (1952). **Art And Techniques**. New York. Columbia University Press.
- Nagar, A. R., & Wenworth, W. R (1976). **Bryant Park. A Comprehensive Evaluation Of its Image.And Use With Implications For Urban Open Space Design**. New York: City University Of New York. Center for Human Environments.
- Nabhan, Gary Paul & Trimble Stephen (1994). **The Geography Of Childhood: Why Children Need Wild Places**. Boston Ma, US: Beacon Press, INC.
- Nassauer, JI. (1988). A Esthetic Of Horticulture: Neatness As A Form Of Care. *Hortscience*. 23, 973-977.

- Nassauer, J.I. (1992a) Appearance Of Ecological Systems As A Matter Of Policy. *Landscape Ecology*, 6 239-250.
- Nassauer, J.I. (1992b) **Ecological Function And The Perception Of Suburban Residential Landscapes**. in P. H. Gobster Ed., Urban forestry and ethnic minorities and the environment Pp.55-60 Madison, University Of Wisconsin. North Central Forest Experiment Station.
- Neisser, U. (1976). **Cognition and Reality**. San Francisco: Freeman.
- Nicholson, S (1971). How To Treat Children The Theory Of Loose Parts. *Landscape Architecture*, 62,30-34.
- Olds, S.W. (1986). **Working Parent's Survival Guide**. New York: Bantam.
- Orleans & Schmith (1972) **Mapping The City: Environmental Cognition Of Urban Residents**. In W.J. Mitchell (Ed.). Environmental design: Research and practice. Los Angeles University of California.
- Osostendorp, A., & Berlyne, D. E. (1978). Dimensions In The Perception Of Architecture.: Identification of dimensions of similarity. *Scandinavian Journal of Psychology*, 19, 73-82.
- Oswood, C., Suci, G., & Tannenbaum, P. (1957). **The Measurement Of Meaning**. Urbana: University of Illinois Press.
- Paley Galst Joann & White Mary Alice, (1986). The Unhealthy Persuader: The Reinforcing Value of Television and Children's Purchase- Influencing Attempts at the Supermarket. *Child Development*, December, pp. 1089 -1096.
- Papalia Diane E., Wendkos O. Sally (1994). **Desarrollo Humano**. 4ª. Ed. Mc Graw Hill.
- Papalia Diane E., Wendkos O. Sally (1995). **Psicología**. Ed. Mc. Graw Hill. México .
- Parten, M.(1932). Social Participation Among Preschool Children. *Journal Of Abnormal And Social Psychology*, 27, pp. 243-369.
- Passini (1984). Spatial Representations, A Way Finding Perspective. *Journal of Environmental Psychology*, 4 163-164.
- Pazer Shelley (1992). The Development Of Place Categorization In Children. The Discovery Group, New York, NY Inc. **Children's Environments**.
- Pearce (1981b). Route Maps: A Study Of Travelers Perceptions Of A Section Of Countryside. *Journal of Environmental Psychology*, 1, 141-155.
- Piaget, J., Jean (1928) **Judgment And Reasoning In The Child**. London. Ed. Keagan Paul.

- Piaget, J., Jean & Weil (1951) The Development Children Of The Idea Of The Homeland And of The Relations With Other Countries. *International Social Science Bulletin*, 3, 561-578.
- Piaget, J., Jean (1954)(B). Perceptual And Cognitive (Or Operational) Structures In The Development Of The Concept Of Space In The Child (Summary). Proceedings Of The 14th International Congress of Psychology. Amsterdam: North Holland.
- Piaget, J., Jean (1962). Play, Dreams and Imitation in Childhood. W.W. Morton, New York.
- Piaget, J., y Indhelder, B (1967).. The Child's Conception Of Space. New York: Norton,
- Piaton Georges (1989). Serie Grandes Educadores.- Ed. Trillas. 5ª. Impresión 1999. México, D.F.
- Ponce Cevallos J (1999). <http://www.geocities.com/HotSprings/Oasis/7535/Desarrollo.html>
- Proshansky Harold M., Ittelson, W. H., & Rivlin, L. G. (1970). Freedom Of Choice & Behavior in a physical setting. In H. M. Proshansky, W. H. Ittelson, & L. G. Rivlin (Eds.) Environmental Psychology: Man and his physical setting (pp. 173-182) New York: Holt, Rinehart & Winston..
- Ramírez, M. (1998) La Violencia en la T.V.- Conferencia en TV. Azteca. México D.F., 15 de octubre de 1998. cit. en Periódico Reforma
- Reynoldds (1976). Preventive Planning To Reduce Vandalism: In Vandalism And Outdoor Recreation (General Tech. Rep. No. P.S.W.- 17, pp. 42-46) Berkeley, CA: U.S. Department of Agriculture, Southwest Forest and Range Experiment Station.
- Rozek Michael (1989). Young People get lessons in Thrift and Banking: Learning about Biusness, *Update*, No. 4 : 14-17.
- Rusell, & Ward. L. M. (1982) Environmental Psychology. *Environmental Psychology Annual Review Of Psychology*, 33, 651-688.
- Saegart. S., & Hart, R (1979). Development Of Environmental Competence In Girls And Boys In M.A. Salter Eds., Play Anthropological Perspectives pp. 157, 175. West Point, NY: Leisure Press.
- Sánchez Sosa, Juan José. (1997). Seminario de Investigación. Fac. de Psicología. UNAM México,D. F.
- Saegart. S., (1975). House And Home In The Lives Of Women. New York, City. University of New York. Center for Environment and Behavior.
- Sartori Giovanni (1998). Hommo Videns. Conferencia Magistral.- T.V. Azteca. México D.F.
- Schouela, Steinberg, Leveton & Wapneer (1980). Development Of The Cognitive Organization Of An Environment. Canadian *Journal Of Behavioural Science*, 12, 1-16.

- Schoroeder, H. (1982) Preferred Features Of Urban Parks And Forests.- *Journal Of Arboriculture*, 317-321.
- Schroeder, H., & Anderson, L. (1984) Perception Of Personal Safety In Urban Recreation Sites. *Journal Of Leisure Research*, 178-194.
- Seagall, M.H., Campell, D.T., 6 Herskovite, M.J. (1996). **The Influence Of Culture On Visual Perception**. Indianapolis: Bobbs- Merrill.
- Shepherdson Nancy. (1988). No child's, Kiddie Bank's Tap a Growing Market Segment. *Bank Marketing*. June, pp. 28-32.
- Siligman, M. E. P (1975). **Helplessness**.- San Francisco: Freeman.
- Siegel, A. W., & White, S.H. (1975). The Development Of Spatial Representations Of Large-Scale Environments. In J.W. Reese Ed., *Advances In Child Development And Behavior*, Vol. 10 New York: Academic Press.
- Spott, D.M., & Styne, D.J. (1985) Measuring The Public's Familiarity With Recreation Areas. *Journal Of Leisure Research*.
- Sutton Smith, B., (1971) **A Syntax For Play And Games**, in R.E. Herron and Brian Sutton-Smith. Ed., *Child's Play*, John Wiley, New York.
- Tanner, T. (1980). Significant Life Experiences: A new research area in environmental education. *Journal Of Environmental Education*, 11, 20-24.
- Thomas, Charles C. (1967) **Motivations In Play, Games And Sports**. Springfield.
- Thomas, A. Chess y Birch , H. G. (1968) **Temperament And Behavior Disorders In Children**. New York: New York University Press.
- Ulrich, R.S. (1993) **Biophilia, Biophobia, And Natural Landscapes**.- In S.R. Kellert & E.O. Wilson Eds. *Biophilia hypothesis* Washington, DC Island Press 15 .
- Ulrich, R. S., Simons, R. F., Losito, B. D., Fiorito, E., Miles, M. A., & Zelson, M (1991) Stress Recovery During Exposure To Natural And Urban Environments. *Journal Of Environmental Psychology*, 11(3), 201-2030.
- Waldrop M., & Halverson, C. (1975) Intensive and Extensive Peer Behavior: Longitudinal and Cross-Sectional Analyses. *Child Development*, 46, 19-26.
- Wicker (1979) **An Introduction To Ecological Psychology**. Monterrey, CA: Brooks/Cole.
- Windley, P.g. & Vandeventer, W. H. (1982) Environmental Cognition Of Small Rural Towns: The Case For Older Residents. *Journal of Environmental Psychology* 2, 285-294.

- Wood, D. (1977). Fee The Children! Down With Playgrounds McGill *Journal of Education*,12, 227-243.
- Wohlwill, (1978). What Belongs Where: Research On Fittingness Of Man-Made Structures In Natural Settings: *Landscape Research*, 3, 3-5.
- Wohlwill,J.f & Harris, G. (1980). Response To Man-Made Features In Natural, Recreational Settings. Leisure Sciences.
- Zube Erwin H. (1991). Environmental Psychology, Global Issues, And Local Landscape Research. *Journal of Environmental Psychology*. 11: 321-34.
- Zube Erwin H. (1974). Cross Disciplinary And Inter-Mode Agreement On The Description And Evaluation Of Landscape Resources. *Environment And Behavior*, 6, 69-89.
- Zube Erwin H. (1976). Perception of Landscape and Land Use. En I. Altman y J. Wohlwill (eds-). Human Behavior And The Environment; Advances In Theory And Research. New York: Plenum Press.
- Zube Erwin H. (1980). Advances in Environmental Behavior & Design, Plenum Press, New York & London.
- Zube E. H. Pitt, D.G., & Evans, G. W. (1983). A Lifespan Developmental Study Of Landscape Assessment. *Journal of Environmental Psychology*, 3, 115-128.
- Zube E. H., Sell, J. L., & Taylor, J. G. (1982). Landscape Perception. Research Application And Theory. *Landscape Planning*, 9, 1-33.

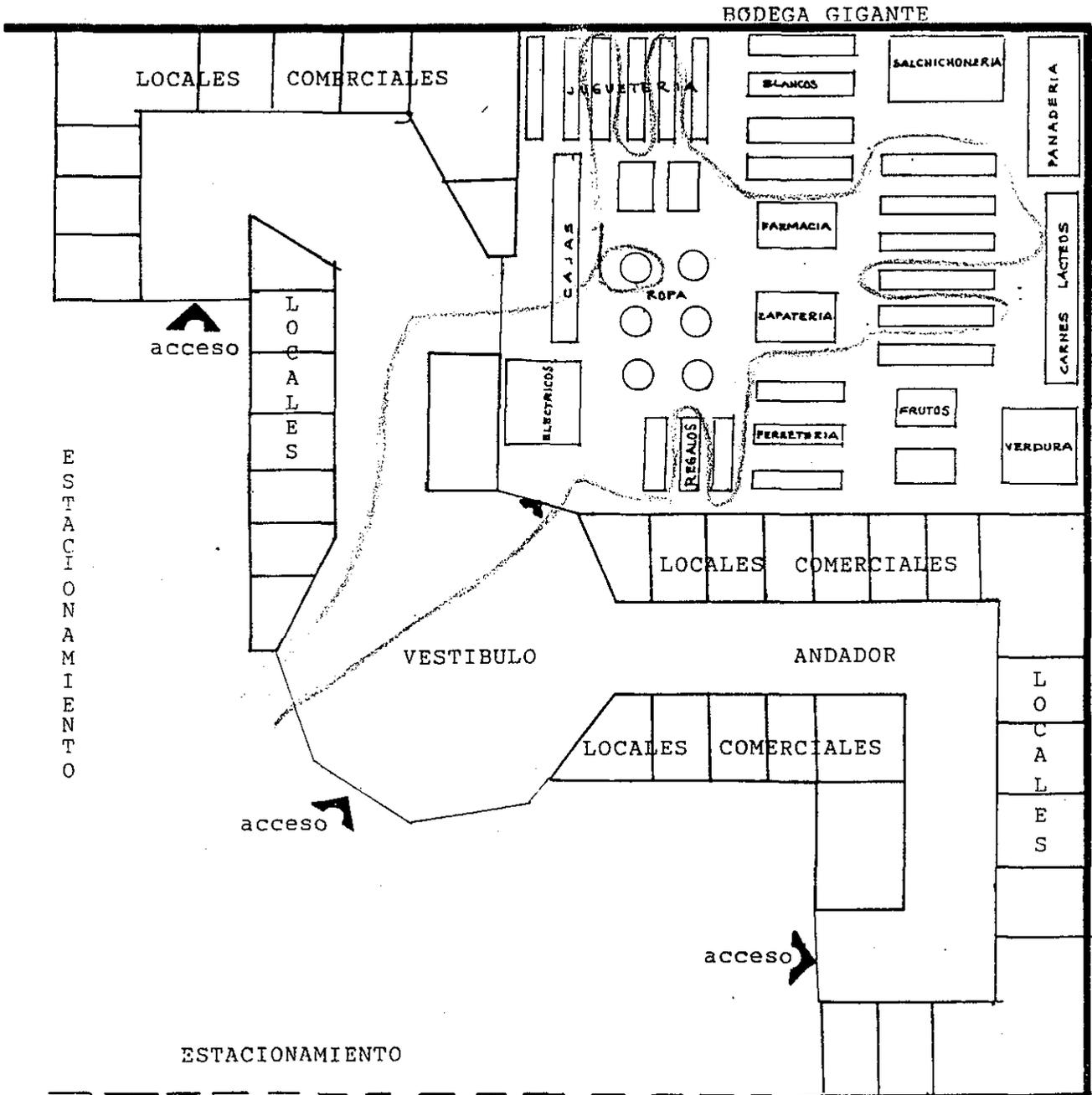
H. Apéndice

Herramientas:

- **Cuestionarios**
- **Planos de Centros Comerciales**
- **Planos de parques**

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

MAPA CONDUCTUAL
CENTRO COMERCIAL PLAZA-CANTIL

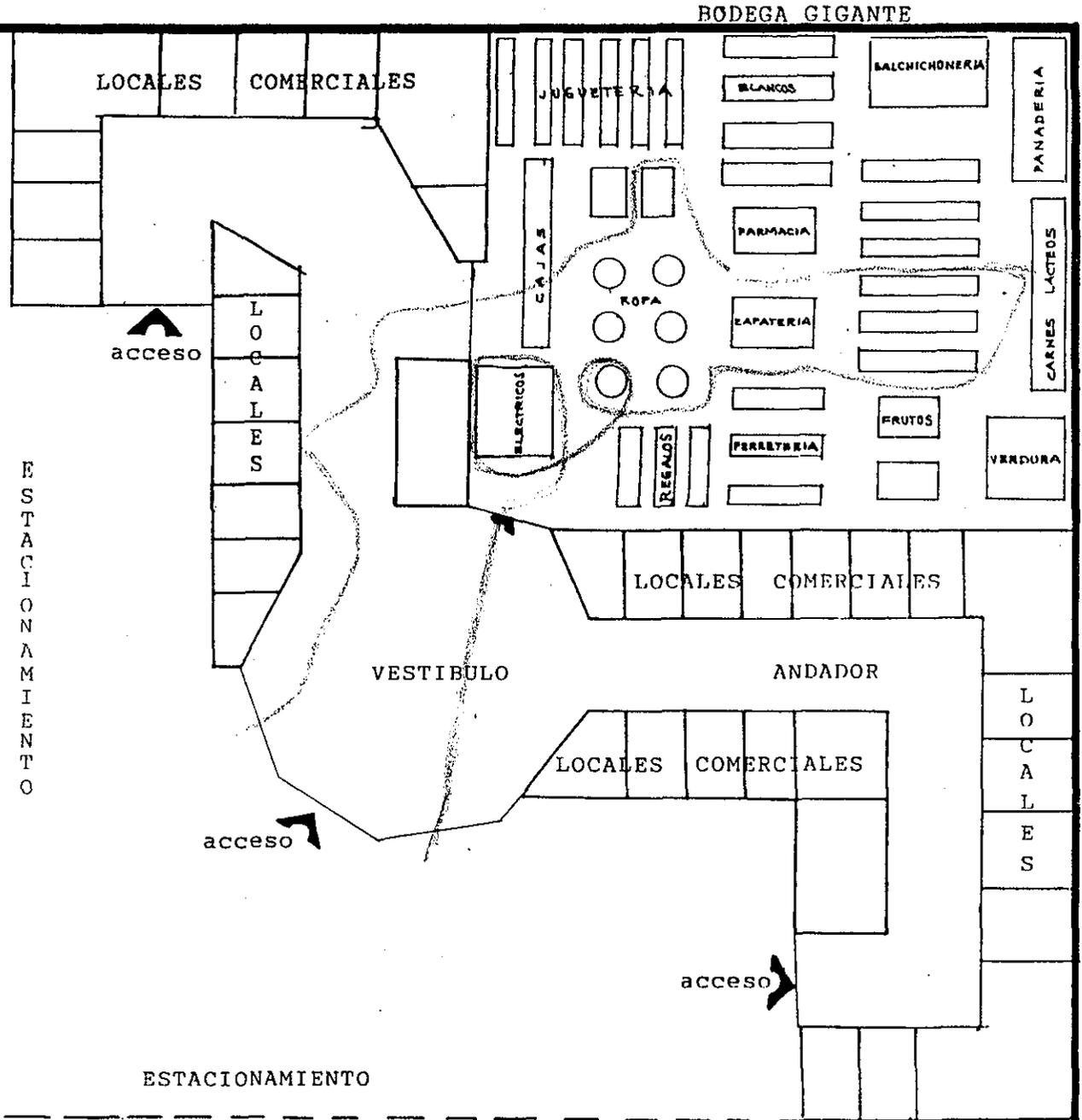


AV. PRINCIPAL

CENTRO COMERCIAL
PLAZA-CANTIL

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

MAPA CONDUCTUAL
CENTRO COMERCIAL PLAZA-CANTIL

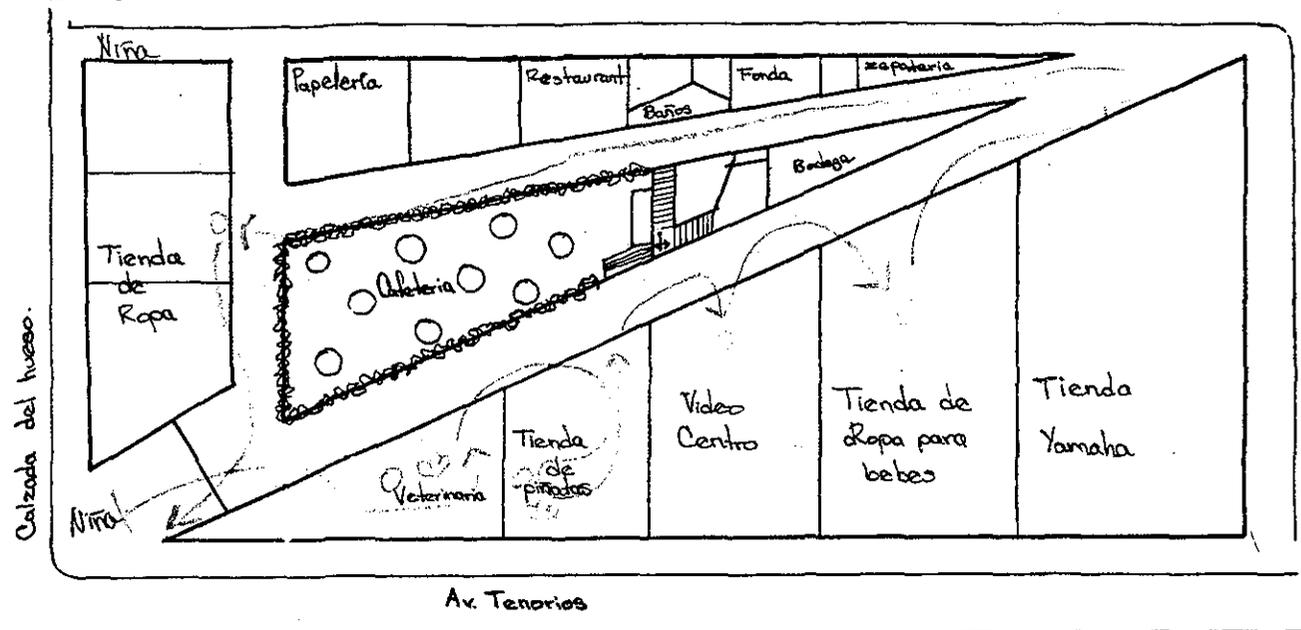


AV. PRINCIPAL

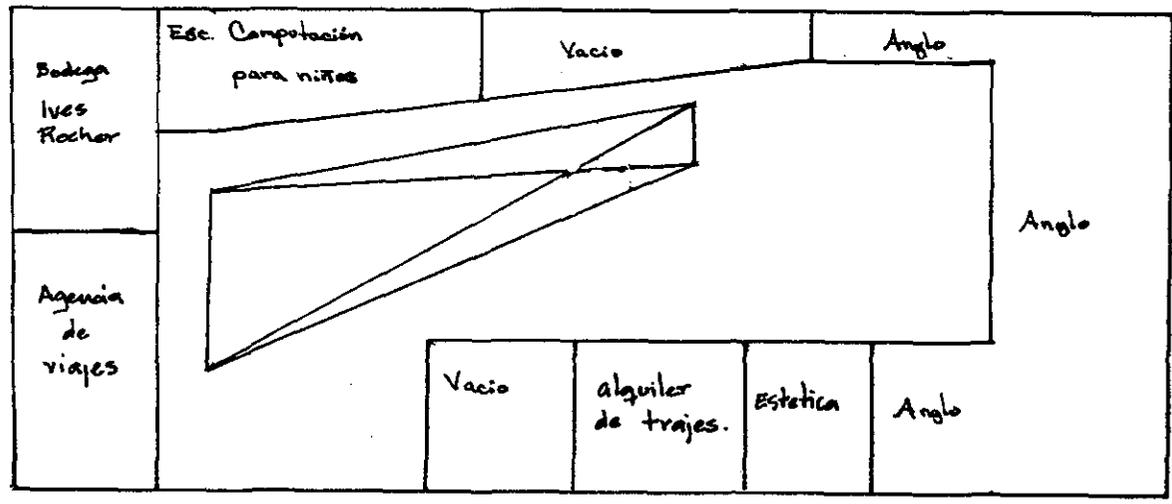
CENTRO COMERCIAL
PLAZA-CANTIL

Plaza Tenorios
Estacionamiento

Entrada semana



PLANTA BAJA



PLANTA ALTA

Cuadro de simbología	
Actividades	Simbolo
Caminar	→
Correr	⇒
Observar	o
Tocar	Ⓢ
Comer	ⓐ
Sentarse	h
socializar	Ⓠ
saltar	Δ

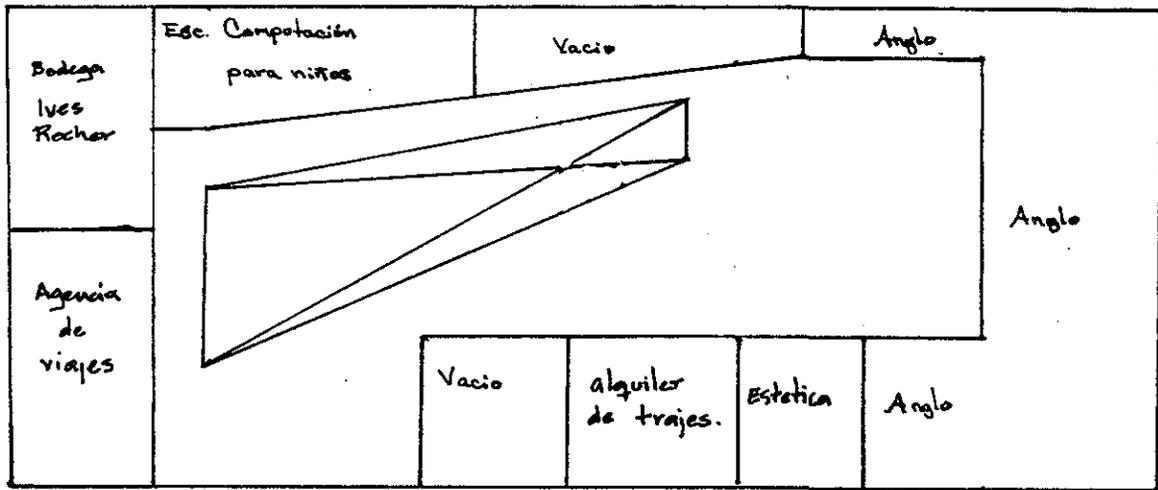
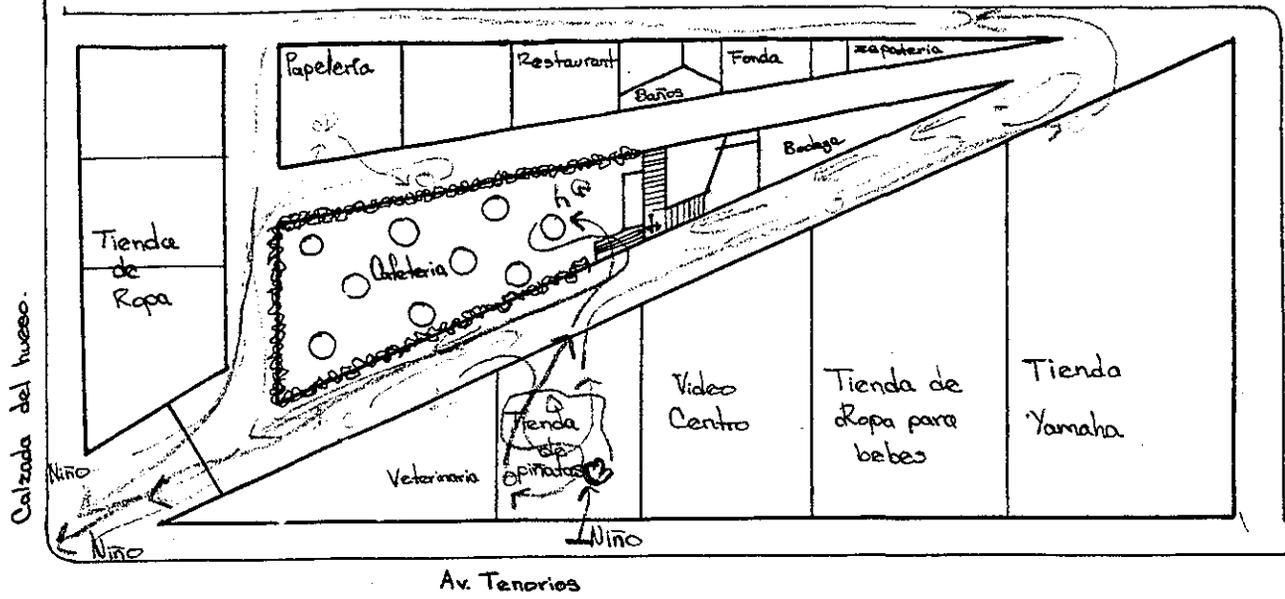
Sentimientos expresados	
Alegría	☺
Entusiasmo	☺☺
Aburrimiento	☹
Agresividad	☹☹
Curiosidad	☹☺
Seriedad	☹☹☹

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Plaza Tenorios

Estacionamiento

F. Inma Soriano



Cuadro de simbología	
Actividades	Simbolo
Caminar	→
Correr	⇒
Observar	o
Tocar	⊗
Comer	⊕
Sentarse	h
socializar	⊗ ⊕
saltar	Δ

Sentimientos expresados		
Alegria	- -	☺
Entusiasmo	- -	☺☺
Aburrimiento	-	☹
Agresividad	- - -	☹☹☹
Curiosidad	- - -	☹☹☹
Seriedad	-	☹

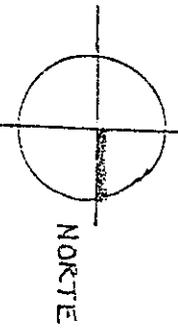
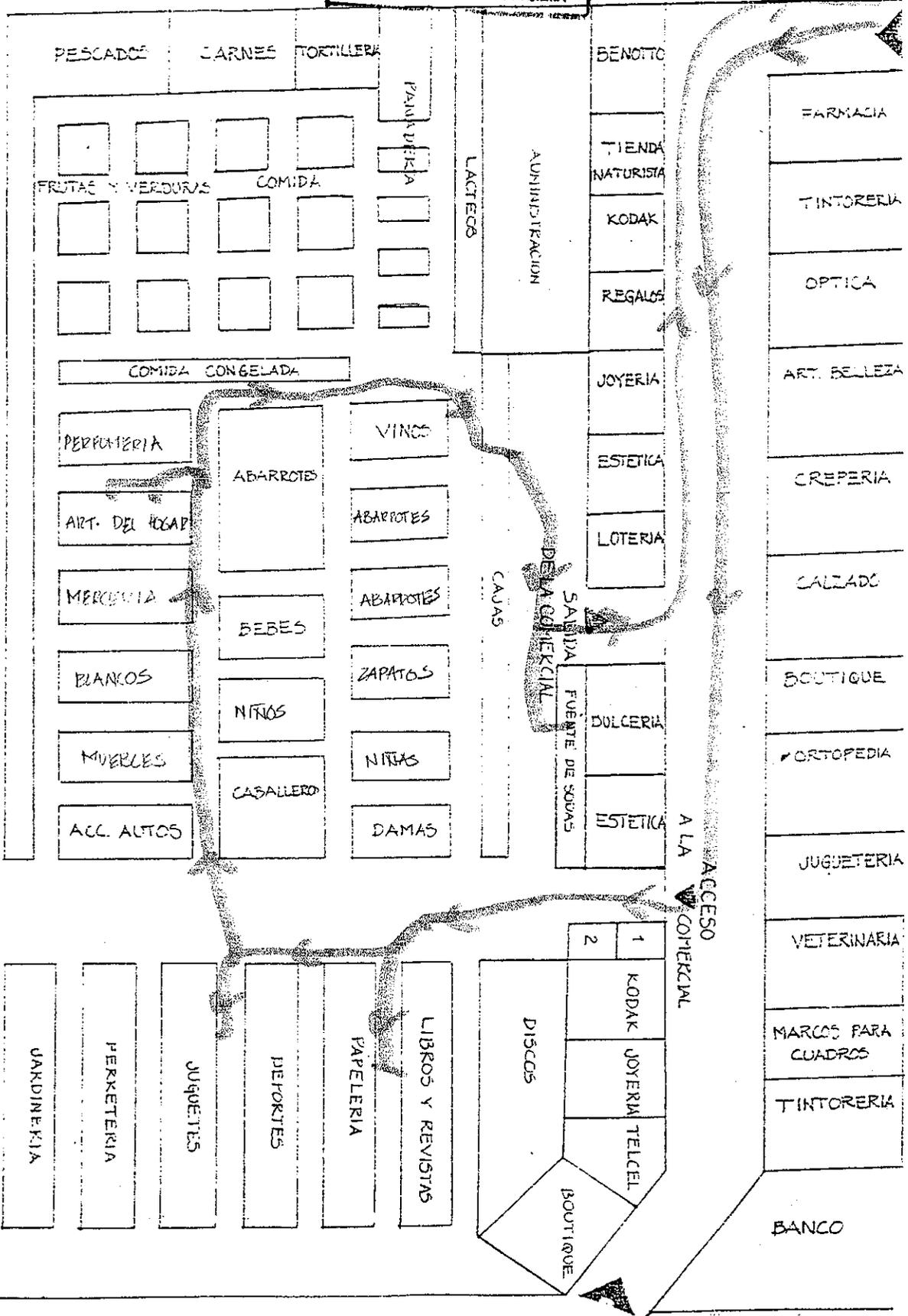
TESIS CON FALLA DE ORIGEN

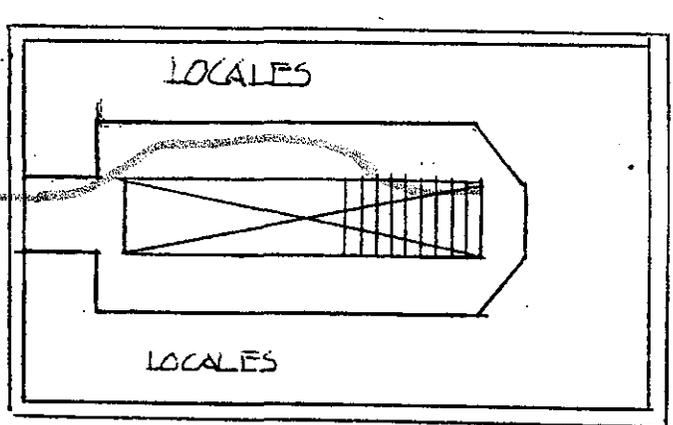
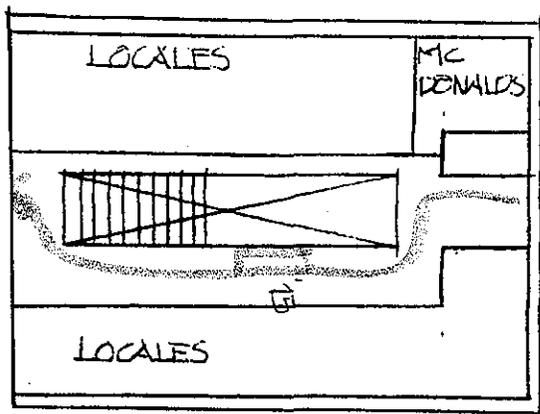
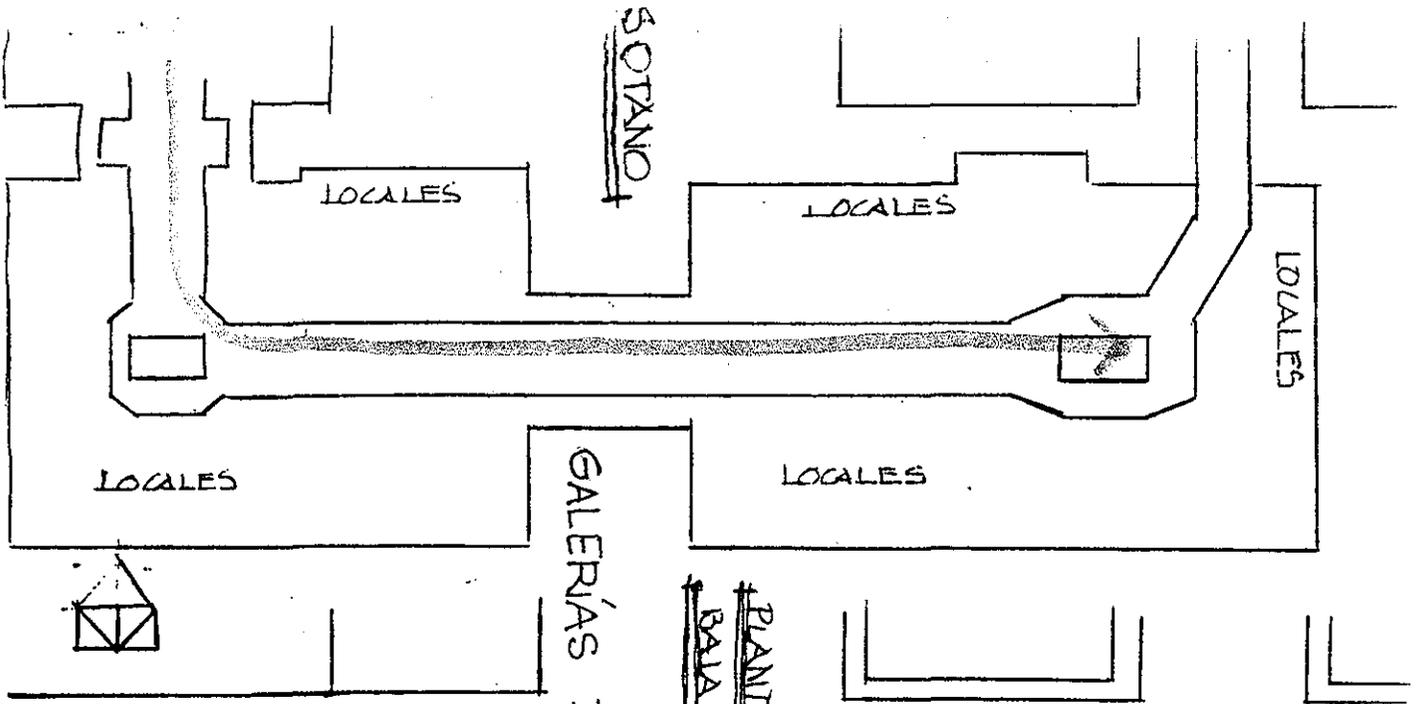
TESIS CON FALLA DE ORIGEN

RECORRIDO

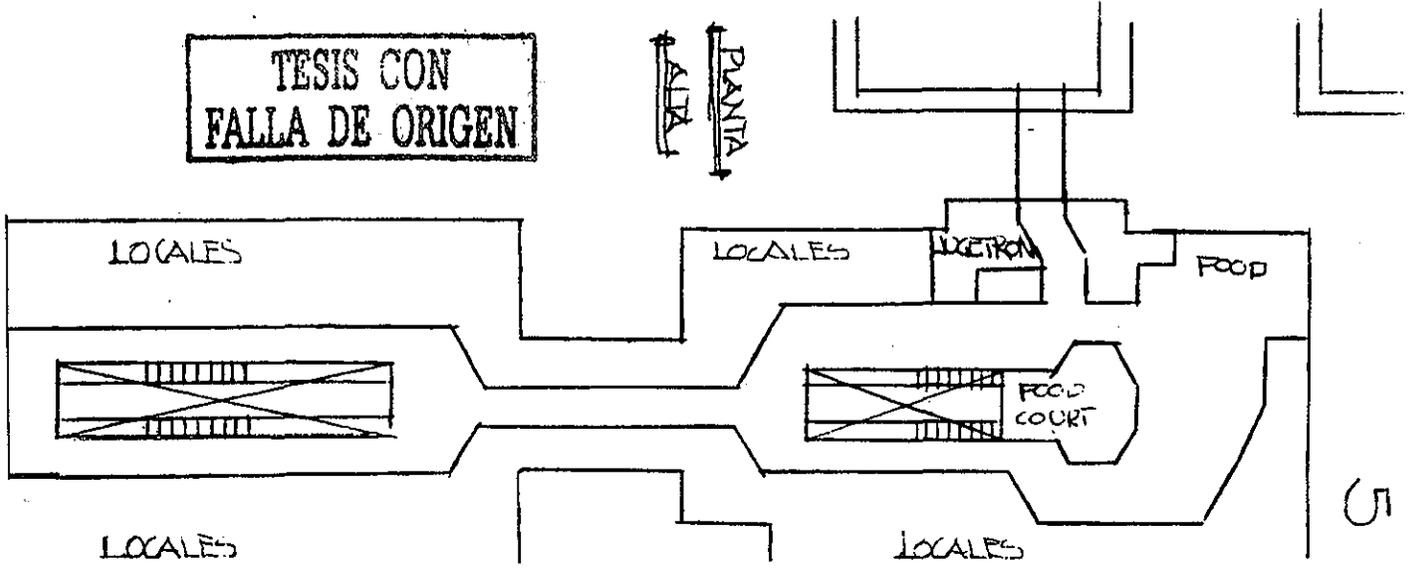
COMERCIAL SAN JERÓNIMO

- 1. REGALOS
- 2. PAQUETERIA

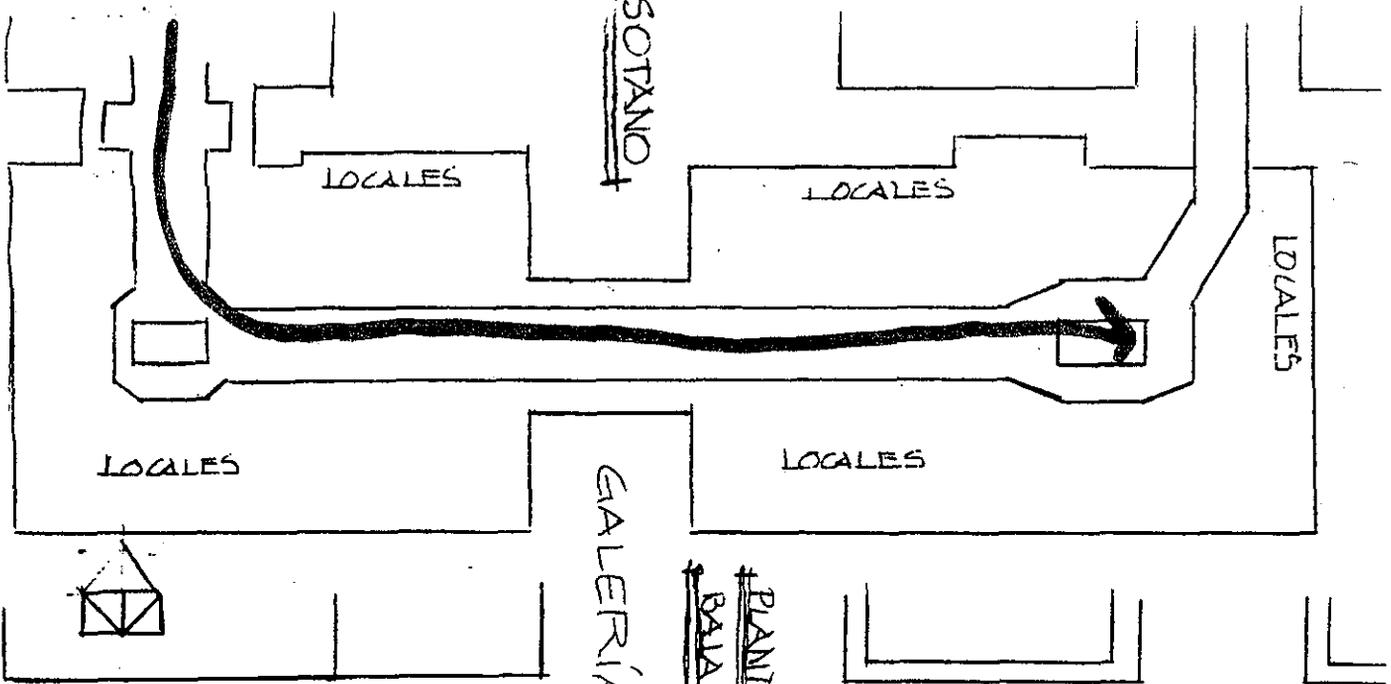




TESIS CON FALLA DE ORIGEN

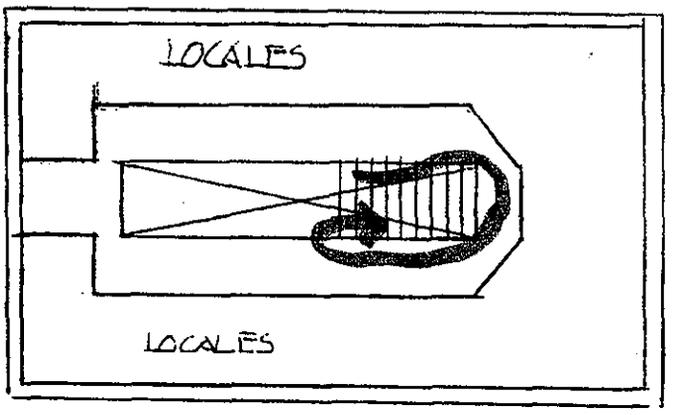
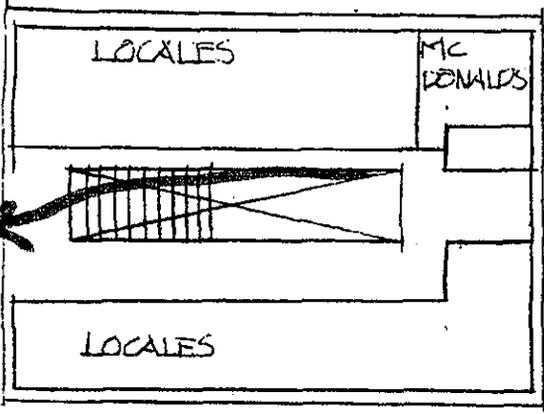


SOTANO

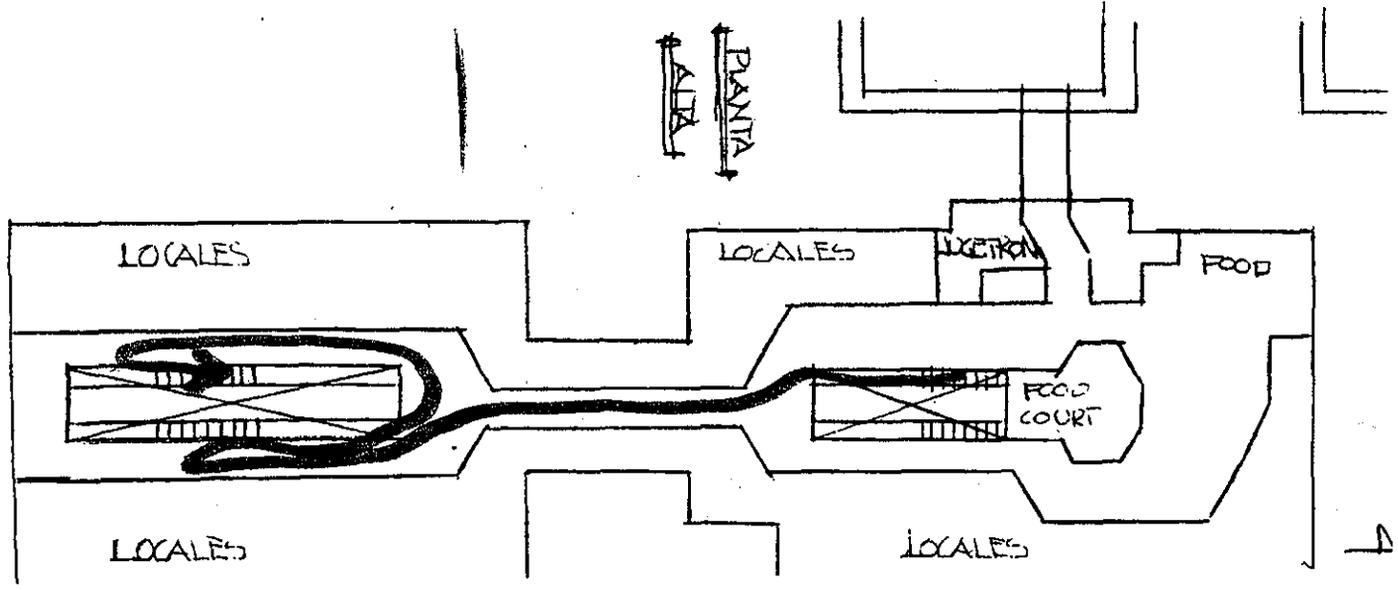


GALERÍAS INSURGENTES

PLANTA
BALDA

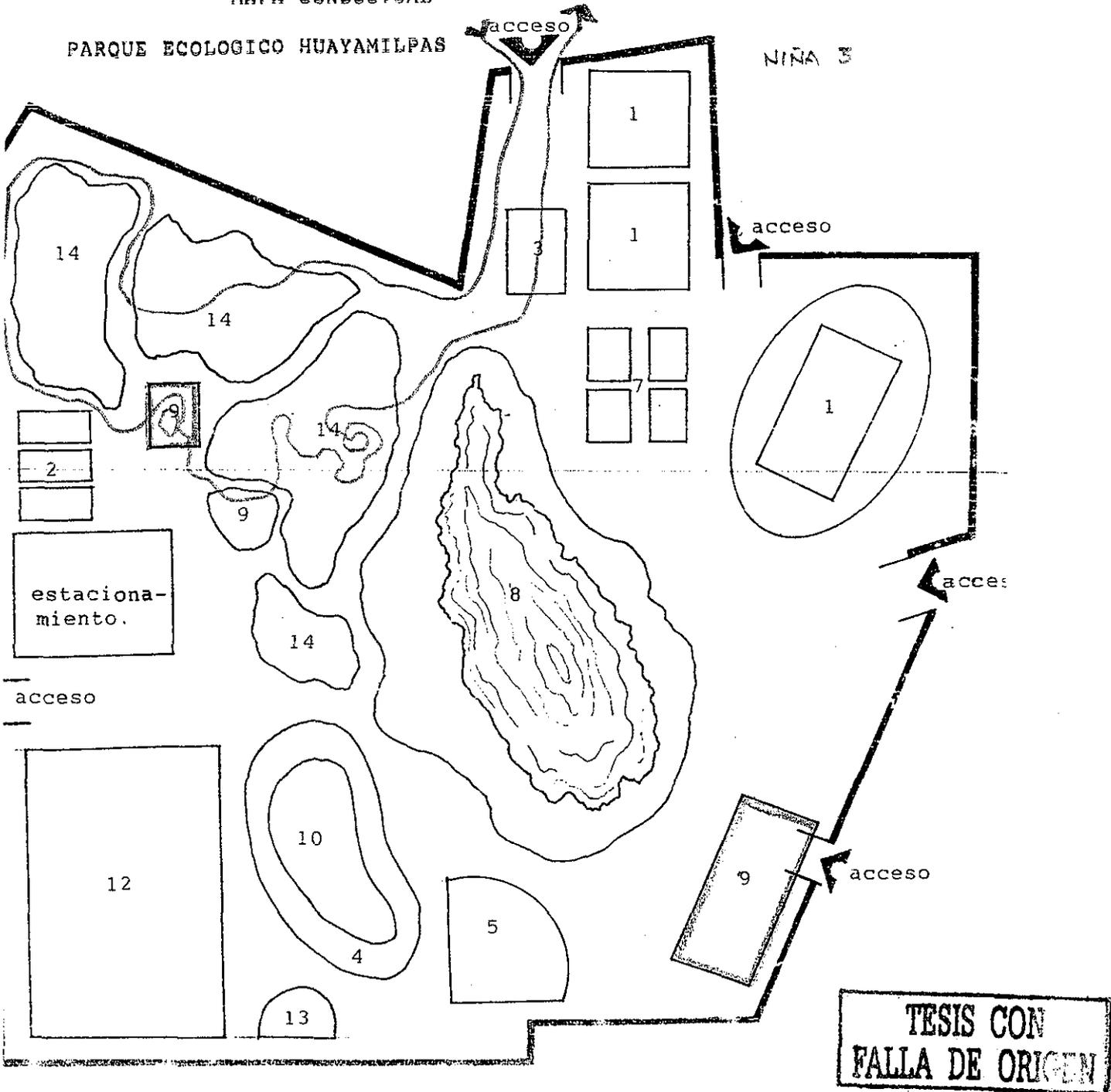


PLANTA
ALTA



ENTRE SEMANA
MARTES TARDE

MAPA CONDUCTUAL
PARQUE ECOLOGICO HUAYAMILPAS



ESPACIOS DEPORTIVOS

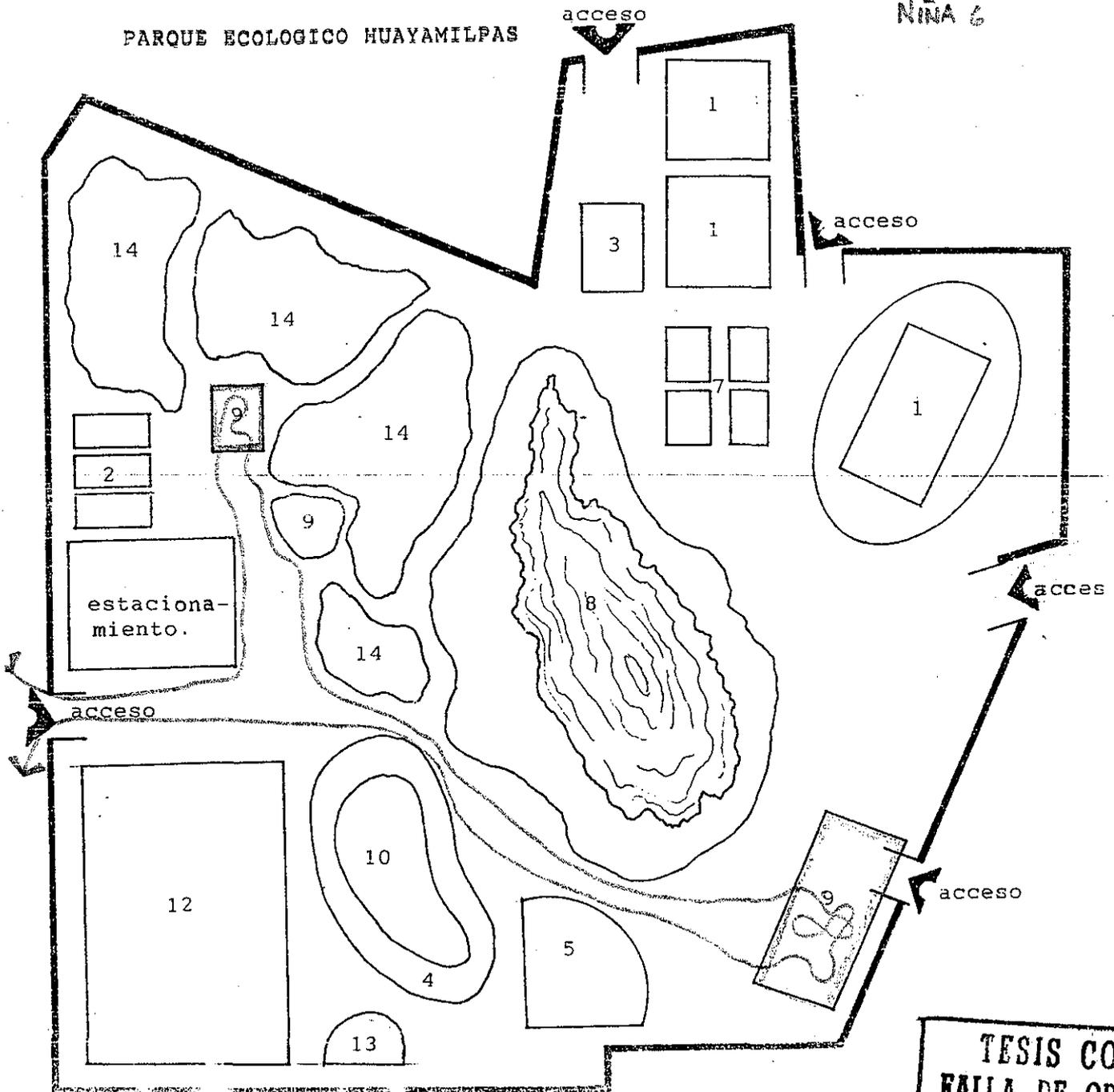
- 1 Canchas de futbol
- 2 Canchas de usos multiples
- 3 Canchas de bolibol
- 4 Ciclopista
- 5 Campo de beisbol
- 6 Pista de atletismo
- 7 Canchas de basquetbol
- 8 Lago
- 9 Juegos infantiles
- 10 Plaza de usos multiples
- 11 Mirador
- 12 Plaza principal
- 13 Cueva

ENTRE SEMANA
MARTES NOCHE

NINA 6

MAPA CONDUCTUAL

PARQUE ECOLOGICO HUAYAMILPAS

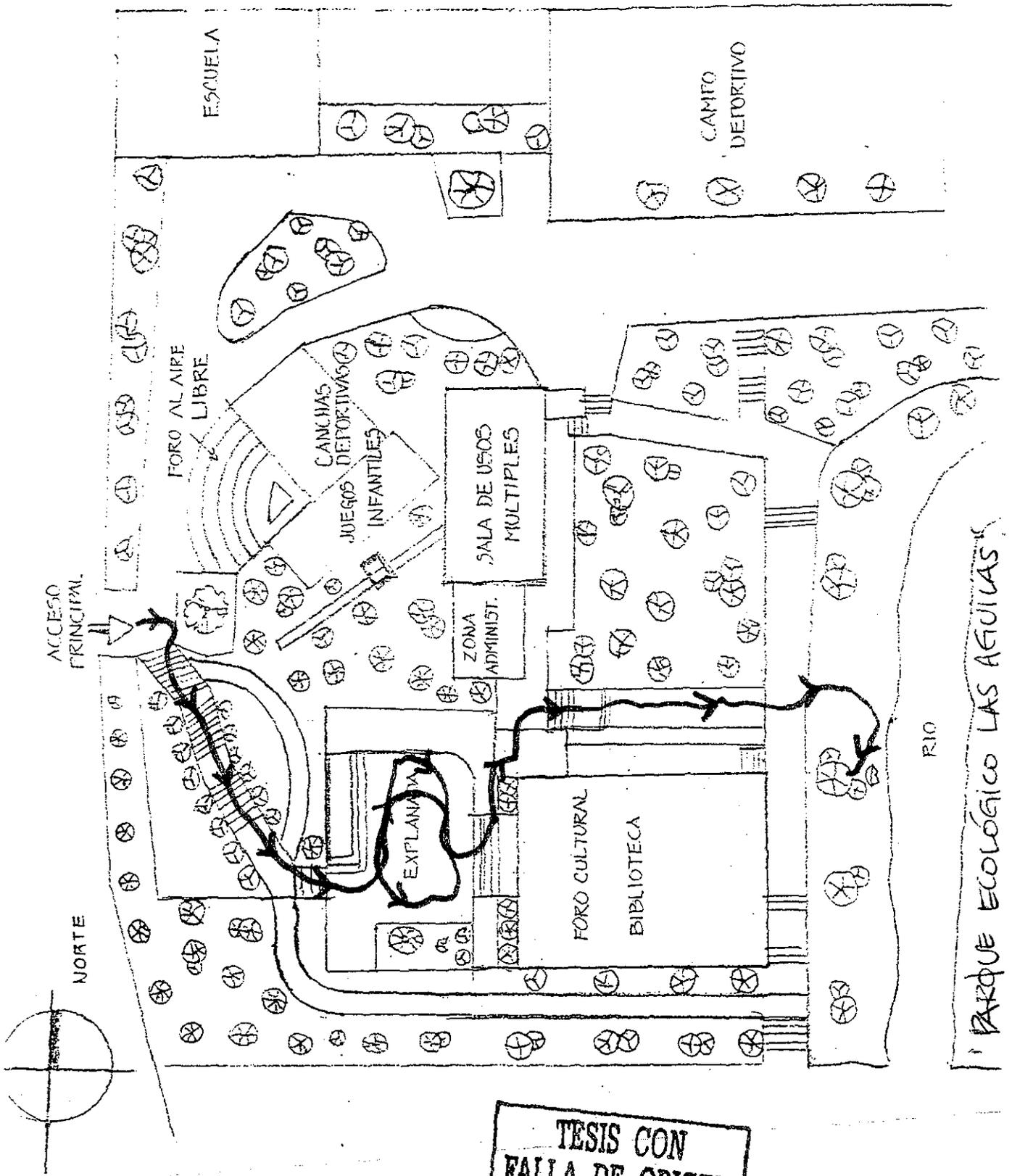


ESPACIOS DEPORTIVOS

- 1 Canchas de futbol
- 2 Canchas de usos multiples
- 3 Canchas de bolibol
- 4 Ciclopista
- 5 Campo de beisbol

- 6 Pista de atletismo
- 7 Canchas de basquetbol
- 8 Lago
- 9 Juegos infantiles
- 10 Plaza de usos multiples
- 11 Mirador
- 12 Plaza principal
- 13 Cueva

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

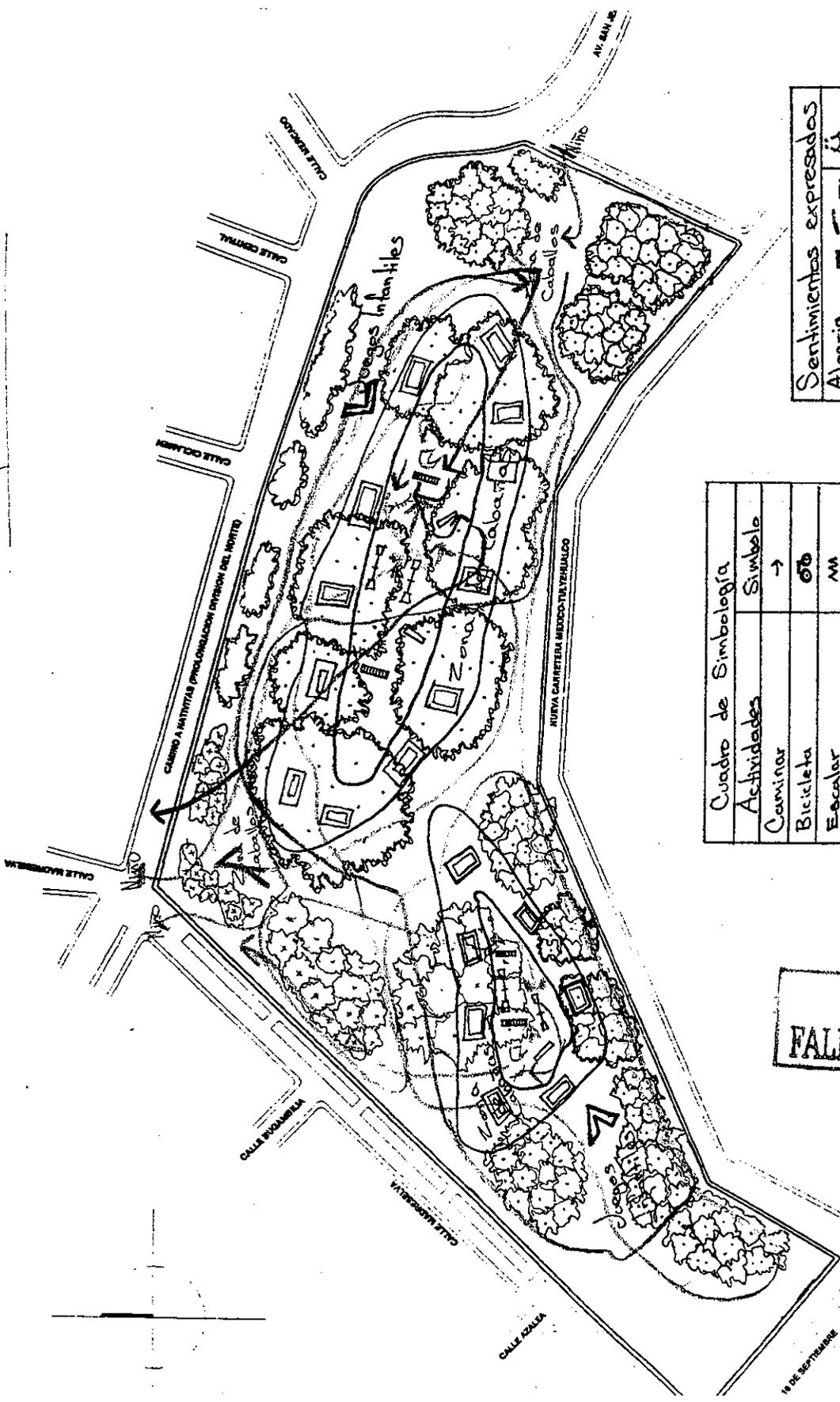


PARQUE ECOLÓGICO LAS ÁGUILAS

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Esquema de Navidades Fin de semana

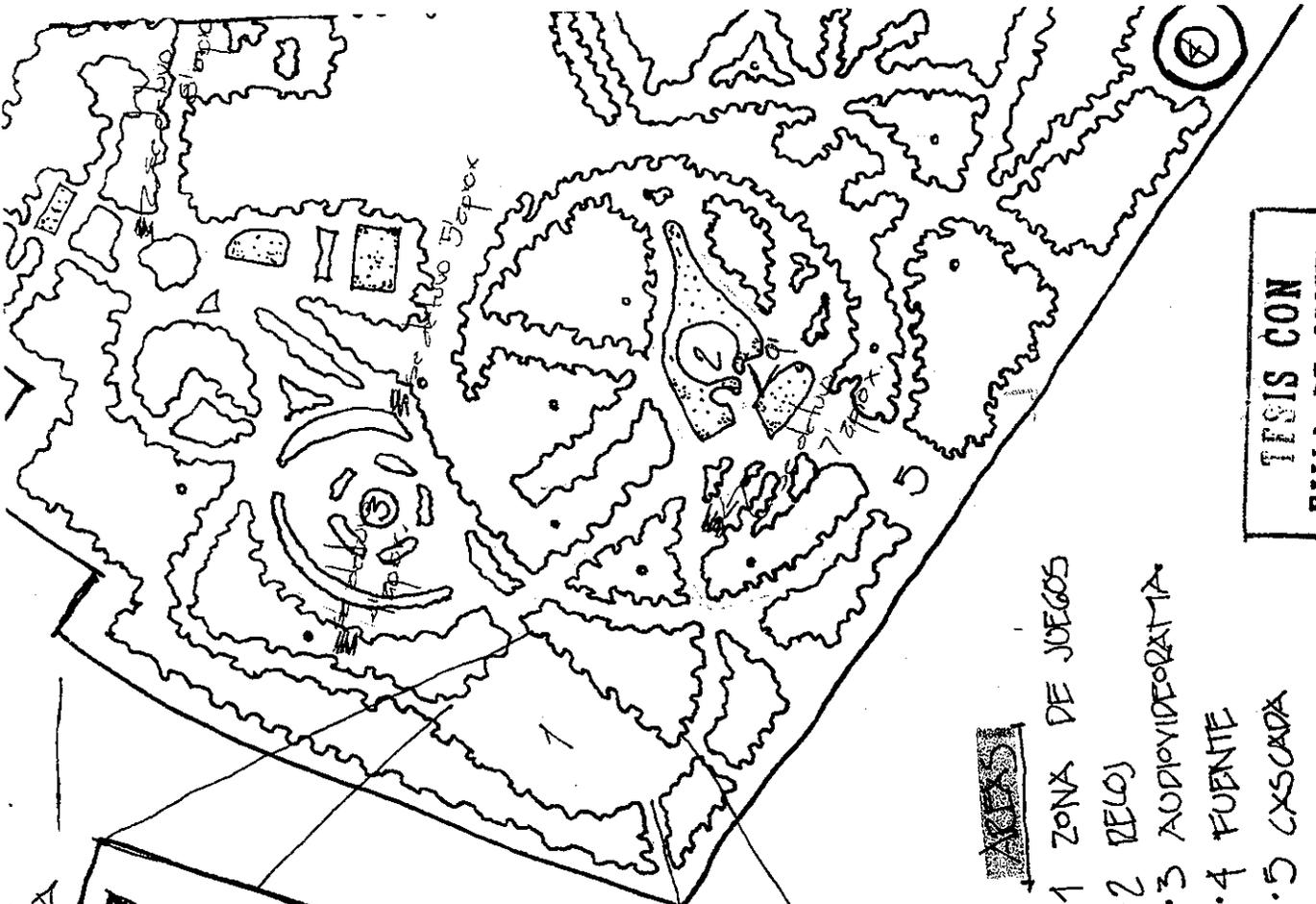
141



Cuadro de Simbología	
Actividades	Simbolo
Caminar	→
Bicicleta	⊕
Escalear	MM
Montar a caballo	⌒
Patinar	⊖
Columpiarse	⌒
Destizarse	↘
Socializar	⊗
Saltar	Δ

TESIS CC
FALLA DE ORIGEN

Sentimientos expresados	
Alegria	⊕
Entusiasmo	⊗
Aburrimento	⊖
Agresividad	⌒
Curiosidad	⊗
Seriedad	⊖



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

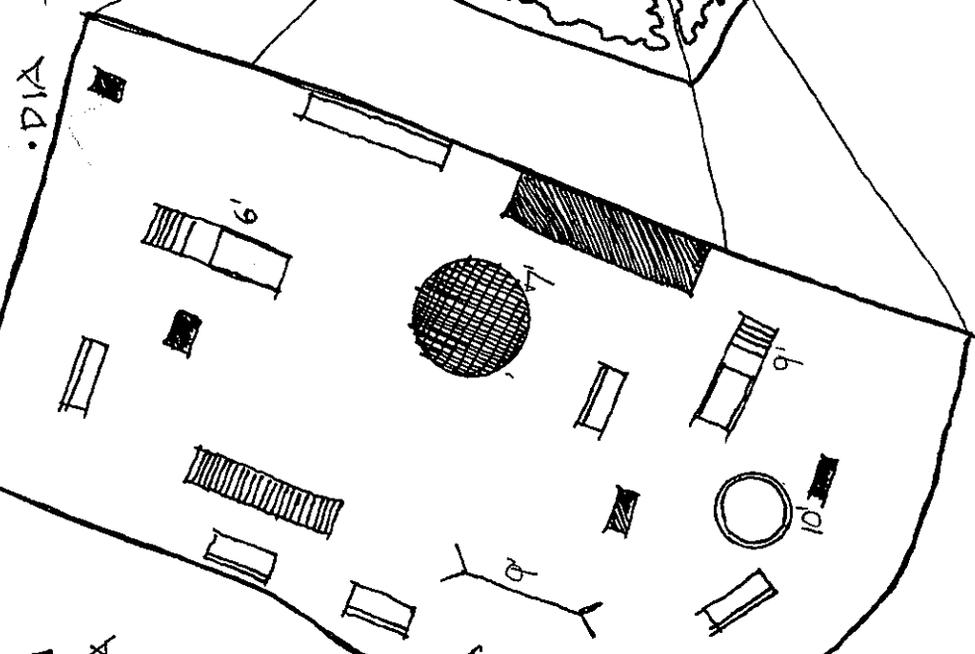
- 1. ZONA DE JUEGOS
- 2. DELOJ
- 3. AODIYIDEORATTA
- 4. FUENTE
- 5. CASCADA

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

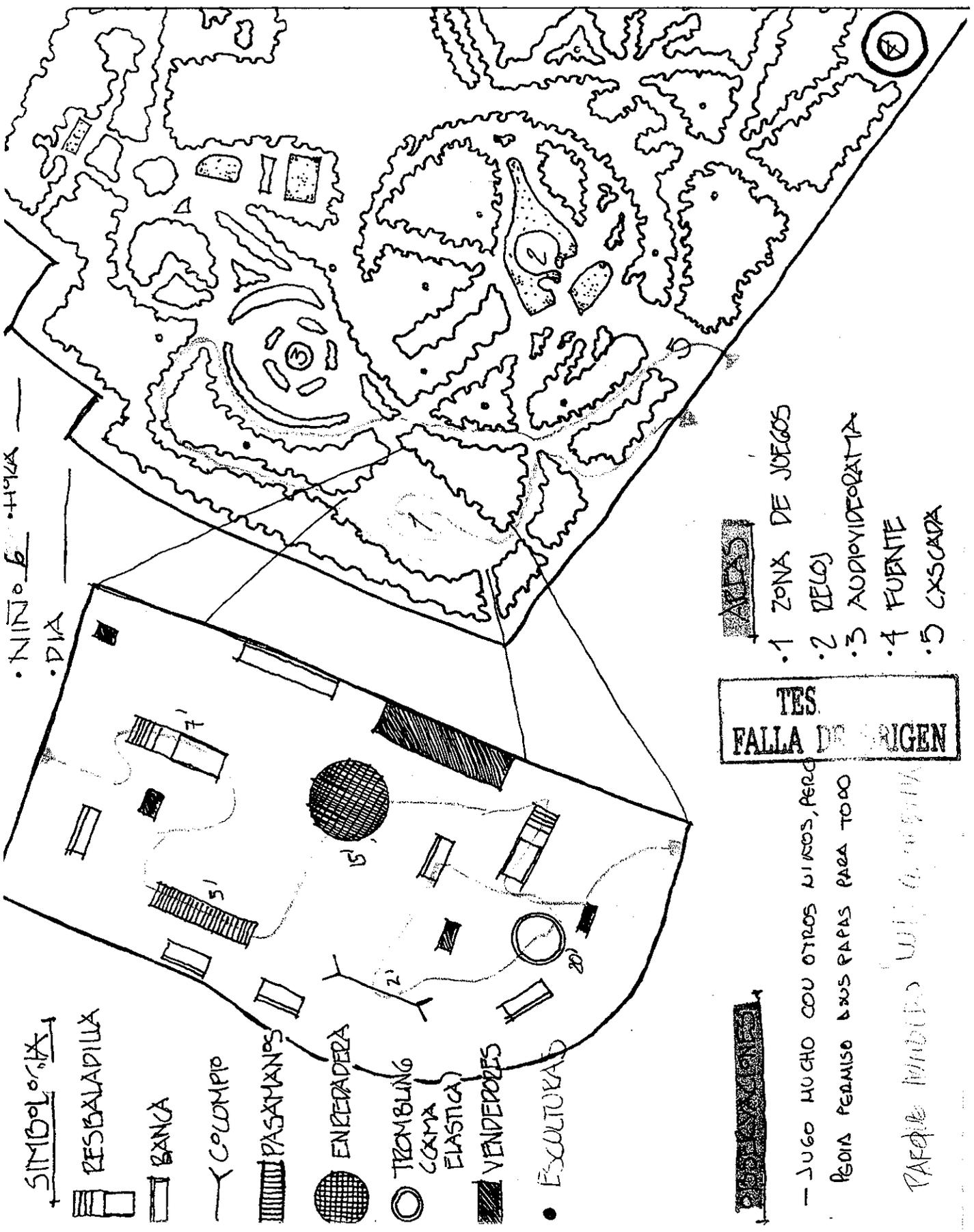
La zona donde permanecemos tiempo es la zona de juegos donde socializa de desliza, Salta, etc.

PARKUE HUARDIDO LING A JUEGOS

.DIA



- SIMBOLOKA
- RESBALADILLA
- BANCA
- COLOMPIO
- PASAMANOS
- ENREDADERA
- TRUMBUNG
CAMA
ELASTICA
- VENDEROS
- ESCOLTORAD



NINIO B. DIA

SIMBOLOS

RESBALADILLA

BANCA

COLOMPIO

PASAMANOS

ENREDADERA

TROMBLING COMA ELASTICA

VENDEROPES

ESCULTORAD

PASAMANOS

- 1. ZONA DE JOEGOS
- 2. RELOJ
- 3. AUDIODEORATIA
- 4. FUENTE
- 5. CXSCADA

TES FALLA DE ORIGEN

PASAMANOS

- JGO MUCHO COU OTROS NIROS, PERD PEDIA PERMISO BUS RAPAS PARA TODO

PARQUE INDIAS WUYA