



Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Psicología
Maestría en Psicología Social

“ANÁLISIS EVOLUTIVO DE LAS OPINIONES Y EXPLICACIONES QUE TIENEN LOS NIÑOS Y ADOLESCENTES SOBRE LOS LETREROS, IMÁGENES Y ANUNCIOS CALLEJEROS RELACIONADOS CON INTERCAMBIOS ECONÓMICOS”

TESIS

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de

Maestra en Psicología Social

Presenta:

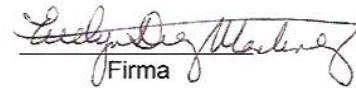
Elsa Renata González Estrada

Dirigido por:

Dra. Evelyn Diez-Martínez Day

SINODALES

Dra. Evelyn Diez-Martínez Day
Presidente


Firma

Dra. Sarah Corona Berkin
Secretario


Firma

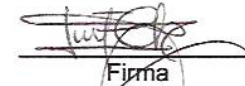
Mtra. Azucena Ochoa Cervantes
Vocal

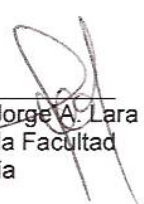

Firma

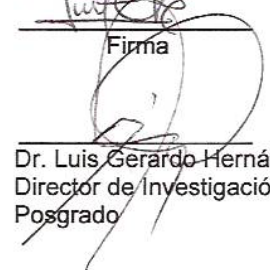
Mtro. Rubén García Rangel
Suplente


Firma

Mtra. Tania de la Fuente Chávez
Suplente


Firma


Lic. en Ec. Jorge A. Lara Ovando
Director de la Facultad
de Psicología


Dr. Luis Gerardo Hernández S.
Director de Investigación y
Posgrado

Centro Universitario
Querétaro, Qro.
Marzo del 2007
México

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo consistió en el análisis de la comprensión que presentan los niños de entre 7 y 12 años sobre las imágenes, los anuncios y letreros de la vía pública relacionados con información sobre intercambios económicos. Se estudió a grupos de niños y adolescentes de dos diferentes contextos sociales, mediante una entrevista individual. El material utilizado en las entrevistas consistió en la presentación de fotografías con este tipo de información. Algunos ejemplos son el signo de dinero en la ventana de un coche, una cuerda con pequeñas banderas al borde de una casa, y letreros como “se vende”, “hay descuentos”, “se renta”, “se fía”, etc. Se preguntó sobre estos temas y se registran los argumentos. Los resultados muestran, una clara diferencia en la comprensión de esta información de acuerdo al nivel de desarrollo intelectual y diferencias socioeconómicas relacionadas al contexto social de los sujetos estudiados, así como su experiencia; frente a las actividades económicas anunciadas por la publicidad exterior.

Palabras clave: (socioeconomía, nivel de desarrollo, publicidad).

SUMMARY

The purpose of this study was to analyze the comprehension of children and adolescents between 7 and 12 years of age, about images, ads and texts on the street, related to economic interchanges. Children and adolescents from two different social contexts were individually interviewed. Material used in interviews consisted of photographs with economic information. Some examples were a sign of money on the window of a car, a string of little flags on the edge of a house, and written texts such as, "on sale", "discounts", "for rent", etc. Results show a clear difference in the comprehension of this information according to developmental levels and socioeconomic context of subjects, as well as the importance of experience concerning the economic interchanges under study.

Key Words: cognitive development, economic socialization, children and adolescents.

A Samuel por su compañía, paciencia , apoyo
y porque “no se le olvida”

A mi madre, por todo su apoyo, amor y paciencia,
sin ella no lo hubiera logrado

A mi pequeña Renata, por ser mi vida y mi energía. Te Amo

A Raquel González, Tania, Pilar y Paty por sus consejos,
apoyo y compañía en todo este viaje, pero sobretodo
por su amistad que será para toda la vida.

A mis queridos Maestros y ahora amigos
Jorge Mendoza y Pablo F. Christlieb

Y a mi Tita, que aunque se me adelanto,
me sigue acompañando y guiando como siempre. GRACIAS

AGRADECIMIENTOS

Agradezco principalmente a Evelyn, quien me guió durante este viaje. También agradezco a CONCYTEQ, por el apoyo económico recibido durante mis estudios. Agradezco a mi familia quien me acompaño y apoyo, así como también a mis amigos y amigas, por sus consejos y compañía. Gracias a la dirección de la facultad de psicología por su apoyo.

Agradezco a todos mis maestros y compañeros de la maestría por todo ese conocimiento compartido. GRACIAS...

INDICE

	Página
RESUMEN	i
SUMMARY	ii
DEDICATORIAS	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
INDICE	v
INDICE DE FOTOS	vii
INDICE DE GRAFICAS	viii
INDICE DE TABLAS	xi
I. INTRODUCCION	1
II. CONOCIMIENTO DEL MUNDO SOCIAL	3
2.1 El Conocimiento del mundo social	3
2.2 Teorías sobre el proceso de adquisición	4
2.3 Elementos de las nociones de niños	5
2.4 Clasificación del estudio del conocimiento del mundo social.....	7
2.5 El desarrollo de las nociones económicas	11
III. PUBLICIDAD Y CONSUMO	21
3.1 Publicidad	21
3.1.1 <i>Funciones de la publicidad</i>	22
3.1.2 <i>Publicidad Exterior</i>	23
3.1.2.1 <i>Ventajas de la publicidad exterior</i>	23
3.1.2.2 <i>Desventajas de la publicidad exterior</i>	26
3.1.2.3 <i>Limitaciones de la publicidad exterior</i>	26
3.2 Niños Consumidores	27
3.2.1 <i>Agentes de socialización</i>	29
3.2.1.1 <i>La Familia</i>	29
3.2.1.2 <i>Los Grupos</i>	32
3.2.1.3 <i>Los medios de comunicación</i>	34
3.2.2 <i>Psicología Económica</i>	35

3.3 Niños y Publicidad	40
3.3.1 <i>Comprensión</i>	40
3.1.2 <i>Influencia</i>	44
IV. METODOLOGIA	60
4.1 Sujetos de muestra	60
4.1.1 <i>Escuela en zona urbana</i>	61
4.1.2 <i>Escuela en zona rural</i>	61
4.1.3 <i>Edades y sexos</i>	63
4.1.4 <i>Niveles de estudio y ocupación de padres</i>	63
4.2 Procedimiento	66
4.3 Entrevista	67
4.3.1 <i>Descripción de la entrevista</i>	67
4.4 Procedimiento de análisis de datos	71
V. RESULTADOS Y DISCUSION	72
5.1 Análisis	72
5.2 Conclusión y discusión	118
BIBLIOGRAFIA	124
APENDICE	Digital

INDICE DE FOTOS

Foto		Página
1	Muestra las instalaciones de la escuela donde se realizaron las entrevistas del contexto urbano.	61
2	Muestra las calles de la población donde esta ubicada la escuela del contexto rural	62
3	Muestra las instalaciones de la escuela donde se realizaron las entrevistas del contexto rural.	62
4	A precios de fábrica	72
5	Cajero Automático	76
6	Venta de coche	81
7	Prohibido el paso	84
8	Casa de empeño	85
9	Se traspasa	87
10	Centro cambiario	89
11	Venta de saldos	91
12	Banderas al borde de una casa	93
13	12 meses sin intereses	95
14	No hay servicio por inventario	97
15	Rebajas al 60%	99
16	Estacionamiento gratuito	102
17	Hoy se fía	104
18	Venta de casa	106
19	Renta de casa	108
20	Pronósticos deportivos	110
21	Sistema de apartado	112

INDICE DE GRAFICAS

Gráfica		Página
1	El tipo de respuestas que dieron el total de entrevistados por su contexto social de procedencia	73
2	Las explicaciones que dieron el total de entrevistados, dependiendo de su edad	74
3	Explicación que dieron el total de entrevistados sobre la función del cajero automático, por su contexto social	76
4	Explicación del total de entrevistados sobre la función del cajero automático, de acuerdo a su edad	77
5	Se muestra la experiencia que han tenido el total de entrevistados en visitar un cajero automático, por contexto social	78
6	Se muestra la experiencia que han tenido al total de entrevistados en visitar un cajero automático, por edad	78
7	Se muestra la explicación que dieron el total de entrevistados sobre el origen del dinero, por edad	79
8	Se muestra el valor que le dieron al coche, el total de niños de la zona urbana	82
9	Se muestra el valor que le dieron al coche, el total de niños de la zona rural	83
10	Explicación del total de niños de la zona urbana, sobre lo que es una casa de empeño	85
11	Explicación que dieron el total de niños de la zona rural, sobre lo que es una casa de empeño	86
12	Se muestra la explicación del total de niños de la zona urbana, sobre el letrero de se traspasa	87
13	Se muestra la explicación del total de niños de la zona rural, sobre el letrero de se traspasa	88
14	Explicación que dieron el total de niños del contexto urbano, sobre lo que es un centro cambiario	89
15	Explicación que dieron el total de niños del contexto rural, sobre lo que es un centro cambiario	90
16	Explicación de lo niños de la zona urbana sobre lo que es una venta de saldos	91

Gráfica		Página
17	Explicaciones de los niños de la zona rural, sobre lo que es una venta de saldos	92
18	Explicación que dieron los niños de la zona urbana a las banderas colgadas al borde de una casa	93
19	Explicación que dieron los niños de la zona rural a las banderas colgadas al borde de una casa	94
20	Explicación de los niños de zona urbana, al letrero de 12 meses sin intereses	95
21	Explicación de los niños de zona rural, al letrero de 12 meses sin intereses	96
22	Explicaciones que dieron el total de niños de la zona urbana, al letrero de no hay servicio por inventario	97
23	Explicaciones que dieron el total de niños de la zona rural, al letrero de no hay servicio por inventario	98
24	Explicación que dieron el total de niños de la zona urbana, al letrero de 60% de descuento	100
25	Explicación que dieron el total de niños de la zona rural, al letrero de 60% de descuento	100
26	Explicación que dieron el total de niños de la zona urbana, al letrero de estacionamiento gratuito	102
27	Explicaciones que dieron el total de niños de la zona rural, al letrero de estacionamiento gratuito	103
28	Se muestran las explicaciones que dieron los niños de la zona urbana, al letrero de hoy se fía	104
29	Se muestran las explicaciones de los niños de la zona rural al letrero de hoy se fía	105
30	Explicación del total de entrevistados de la zona urbana, para la foto de venta de casa	106
31	Explicación del total de niños de la zona rural, para la foto de venta de casa	107
32	Explicación del total de niños de la zona urbana, para el letrero de renta de casa	108
33	Explicación del total de niños de la zona rural, para el letrero de renta de casa	109
34	Explicaciones del total de niños de la zona urbana, al letrero de pronósticos deportivos	110

Gráfica		Página
35	Explicación del total de niños de la zona rural, sobre el letrero de pronósticos deportivos	111
36	Explicación que dieron el total de entrevistados de la zona urbana al letrero de sistema de apartado	112
37	Explicación que dieron el total de entrevistados de la zona rural al letrero de sistema de apartado	113
38	Explicación que dieron el total de entrevistados de la zona urbana a la pregunta: ¿Qué es un cheque y para que sirve?	114
39	Explicación que dieron el total de entrevistados de la zona rural a la pregunta: ¿Qué es un cheque y para que sirve?	114
40	Explicación que dieron el total de entrevistados de la zona urbana a la pregunta: ¿Qué son los vales de despensa y para que sirven?	116
41	Explicación que dieron el total de entrevistados de la zona urbana a la pregunta: ¿Qué son los vales de despensa y para que sirven?	116

INDICE DE TABLAS

Tabla		Página
1	Sujetos de muestra	60
2	Muestra las edades y el sexo de cada uno de los 60 entrevistados, así como la media de su edad	63
3	Se muestra la ocupación y nivel de estudios de los padres de de los niños de segundo grado de zona urbana	64
4	Se muestra la ocupación y nivel de estudios de los padres de los niños de segundo grado de la zona rural	64
5	Se muestra la ocupación y nivel de estudios de los padres de los niños de cuarto año de la zona urbana	64
6	Se muestra la ocupación y nivel de estudios de los padres de los niños de cuarto año de la zona rural	65
7	Se muestra la ocupación y nivel de estudios de los padres de los niños de sexto año de la zona urbana	65
8	Se muestra la ocupación y nivel de estudios de los padres de los niños de sexto año de la zona rural	66

I. INTRODUCCION

Los niños desde muy temprana edad están involucrados y muestran interés por las actividades económicas, acompañan a sus padres a la tienda de la esquina y saben que necesitan dinero para cambiarlo por mercancías, aunque no entiendan nada del cambio y la ganancia. También desde muy pequeños ellos realizan actividades económicas cuando juegan a las canicas, o intercambian sus tazos, o los fines de semana sus padres les dan su mesada (domingo) y ellos tienen que administrar su dinero. Hay algunos niños que trabajan desde muy pequeños y ganan su dinero, pero... ¿hasta donde comprenden todo este mundo económico en el que viven día a día y que es parte de su realidad, de su mundo social?.

Por otro lado, y que también es parte de su vida cotidiana, es ver y observar la gran cantidad de propaganda, letreros y anuncios que hay en la calles de cualquier ciudad o comunidad en la que vivan, este tipo de publicidad, al encontrarse en la calle y al alcance de toda persona, también va dirigida a los niños, los niños también la leen, la analizan y tienen sus opiniones y explicaciones respecto a lo que anuncia.

Por lo tanto, en esta tesis se presenta un estudio sobre la comprensión que tienen los niños de imágenes, anuncios y letreros que hay en la calle, relacionados con algunos intercambios económicos, teniendo como objetivos particulares:

→ Conocer y comprender las opiniones y explicaciones que tienen los niños y adolescentes de acuerdo a su **contexto social** de procedencia, sobre los letreros, imágenes y anuncios callejeros que muestran una actividad económica.

→ Conocer y comprender las opiniones y explicaciones que tienen los niños y adolescentes, de acuerdo a **su edad**, sobre los letreros, imágenes y anuncios callejeros que muestran una actividad económica.

Existen varias razones de la importancia de este estudio: a) El beneficio de conocer y comprender las actividades económicas es un componente esencial en la vida económica, aunque parece algo relativamente simple, sin embargo los niños encuentran una gran dificultad en entenderlo hasta aproximadamente los 10 años. (Delval, 1991) b) Furnham y Lewis (1995) dicen que es probable que los hábitos de consumo y ahorro se establezca en la niñez, así que si se desea entender alguna conducta económica adulta, se debe de conocer algo de su origen y desarrollo. c) Es necesario enseñar conceptos y conductas económicas a niños ya que es positivo y adecuado para el desarrollo de su comprensión del mundo social (Berti, 1993). Y por último la aportación de estudios al área de conocimiento del desarrollo social y la psicología social en los niños, ya que no hay estudios previos sobre este tema, razón que da particularidad a este estudio.

Esta tesis esta dividida en 5 capítulos. El primero, da una introducción al estudio, donde se muestran los objetivos de la investigación. En el segundo capítulo se describe lo que abarca el conocimiento del mundo social, los estudios que se han realizado en esta área. En el tercer capítulo se analizan referentes teóricos en los cuales esta sustentada esta investigación, como son: la publicidad y el consumo, en un primer momento se desarrolla lo que es la publicidad, funciones, ventajas y desventajas; un segundo momento es el de los niños como consumidores, sus agentes de socialización y la psicología económica que es la teoría que ha trabajado sobre el tema; y la tercera parte de este capítulo, abarca lo relacionado a los niños y la publicidad, la comprensión y la influencia que tiene sobre ellos. En el capítulo cuarto se expone de manera sistematizada, la metodología. Y en el quinto y último capítulo se dan los resultados y la discusión final.

Se espera que este estudio, sea divulgado por medio de publicaciones, foros, presentaciones, ponencias y llegue a manos de padres de familia, educadores y publicistas para que conozcan y comprendan las explicaciones que tienen los niños y adolescentes de algunas actividades económicas, y puedan entender y así fortalecer este conocimiento que se construye y adquiere en la vida cotidiana, de cualquiera de nosotros.

II. CONOCIMIENTO DEL MUNDO SOCIAL

Conocer cuales son las explicaciones que dan los niños y adolescentes de su mundo social, y más específicamente de los letreros, imágenes y anuncios callejeros que aluden una actividad económica, es el objeto principal de este estudio. Por lo tanto este capítulo tratará de exponer lo que estudia el conocimiento del mundo social, las áreas de investigación y las perspectivas teóricas con las que se ha trabajado el proceso de adquisición del conocimiento del mundo social, así como algunos estudios previos relacionados con este estudio.

2.1 El conocimiento del mundo social

Hoy en día mucho adultos nos preguntamos cómo funciona este complejo entramado que conforma el mundo socio-económico-político y tenemos verdaderas dificultades para comprender e interpretar los acontecimientos que suceden día a día, las noticias en televisión, los pleitos vecinales, la deuda externa, la globalización, etc. Así como también el comprender los celos, el amor, la amistad, etc. y comprender tantas y tantas reglas sociales, y morales. Ahora pensemos que esta dificultad por comprender nuestro mundo social, se nos presenta cotidianamente a los adultos, ¿y cómo será para los niños? seguramente debe resultar más aguda y más notoria. Para poder comprender y aproximarnos a una respuesta a esta pregunta, surge el área del conocimiento del mundo social, que va a analizar la forma en que los niños comprenden su mundo social, su realidad cotidiana.

El problema de cómo adquiere el niño el conocimiento de su sociedad ha sido abordado desde diversas posiciones teóricas que han ido cambiando a lo largo de la historia. En el siguiente apartado se desarrollan algunas de las perspectivas teóricas que han estudiado el proceso de la adquisición de este conocimiento, y que van a ayudar a la explicación de los resultados de esta tesis.

2.2 Teorías sobre el proceso de adquisición

Según Delval, J.; Enesco, I.; y otros en 1995 las siguientes teorías han aportado y desarrollado el estudio del conocimiento social de los niños.

Se encuentra la perspectiva de la **socialización**, que se desarrollo principalmente en los años 50 y 60, en el terreno de las ideas y actitudes políticas. Desde la perspectiva de la socialización, lo más importante era averiguar cómo influyen las variables del ambiente (como la clase social, las ideas de los padres, su afiliación política, religiosa, etc) sobre las ideas de los niños. Esta teoría se basaba principalmente en los contenidos del pensamiento infantil, tratando de ver hasta que punto se aproximaban o distanciaban del de los adultos. Y dice que el sujeto, a lo largo del desarrollo, va socializándose, es decir, interiorizando las actitudes, valores y conductas que se consideran apropiadas en una sociedad. Para el sociólogo francés Durkheim es la presión de los adultos la que produce la socialización.

Otra teoría que ha estudiado este conocimiento del mundo social es el **Constructivismo de Piaget**, donde el autor sostiene que el niño no es una esponja que se empapa del ambiente, sino que es un individuo activo que construye por sí mismo tanto sus conocimientos como sus propias estructuras intelectuales. Naturalmente esa construcción la hace con elementos que toma del ambiente, seleccionándolos y elaborándolos de forma propia, determinada por su nivel de desarrollo intelectual. De esta manera se pueden explicar las diferencias que hay entre las explicaciones de los niños de distintas edades , que viven en un medio similar, pero que elaboran representaciones diferentes, y también las semejanzas que hay entre niños de distintos medios, de edades parecidas, y que ofrecen explicaciones que tienen muchos puntos en común, los contenidos de estas explicaciones pueden variar, pues dependen más de los elementos del ambiente, pero la forma es semejante. Esta posición constructivista ha dado lugar a un número creciente de investigaciones.

Otra posición es la teoría de las **Representaciones Sociales** de Moscovici, para esta escuela los miembros de grupos comparten representaciones que “sin embargo, una vez creadas, viven su propia vida, circulan, se fusionan, se

atraen y se repelen entre sí, y dan origen a nuevas representaciones, mientras que las antiguas mueren” (Moscovici, 1984).

Por lo tanto, según las posiciones que explican cómo se forma el conocimiento social podemos decir que para algunos autores es el producto de la influencia de los adultos y de los factores sociales, que el sujeto va incorporando lentamente a medida que crece y participa en la vida social (socialización). Viviendo en sociedad, incorpora las representaciones del grupo social al que pertenece (Moscovici), y para otra corriente, el conocimiento social es construido por los sujetos mediante una interacción entre sus capacidades cognitivas y su participación en la vida social (Piaget).

Con estas teorías se puede ver como el niño adquiere el conocimiento social, pero... ¿cuales son los elementos que componen ese conocimiento? En el siguiente apartado se describen más ampliamente.

2.3 Elementos de las nociones de niños

Elementos que componen los modelos o nociones que el niño va elaborando sobre el mundo social.

El conocimiento del mundo social, (Delval, 1989), está formado por distintos elementos, entre los cuales están las **normas y valores, la informaciones, y las explicaciones**. El niño recibe las normas, valores e informaciones ya construidas por el ambiente, pero no las reproduce intactas sino que más bien parece integrarlas de alguna manera dentro de su concepción del mundo. Una de las primeras cosas que los sujetos adquieren son las normas o reglas sobre lo que debe hacerse y sobre lo que no debe hacerse. Estas normas están estrechamente ligadas a valores sociales que indican lo que es deseable y lo que no lo es desde el punto de vista de los otros, por lo tanto, las normas y valores son constituyentes esenciales del conocimiento y de la conducta social. (Delval, 1994)

Pero el niño recibe además informaciones sobre muchos hechos sociales, sobre aspectos concretos de la realidad social, y también las obtiene él mismo

actuando dentro del mundo social, registrando sus regularidades y reflexionando sobre él. (Op. Cit.)

Junto con todo lo anterior, y apoyándose en ellos, va elaborando explicaciones sobre cómo y por qué suceden las cosas de una determinada manera, en definitiva, sobre el funcionamiento de los sistemas sociales (Op. Cit.)

Normas, valores, informaciones y explicaciones son entonces algunos de los elementos que componen los modelos o nociones que el niño va elaborando sobre el mundo social.

Citando a Delval (1994), los niños reciben las informaciones directamente de los adultos o de los medios de comunicación y además la escuela dedica una importante parte de su actividad a la transmisión de informaciones, aunque también el niño las busca por sí mismo. Por el contrario las explicaciones sobre por qué son así las cosas, sobre cómo funcionan los sistemas sociales, y los conceptos en que se apoyan, apenas se enseñan. No se le explica al niño el sistema de la tienda y la distribución de mercancías, ni sus relaciones con el proceso de producción. Ni tampoco se le explica cómo se produce la movilidad social y cuáles son sus determinantes, ni las causas que motivan las guerras. Y cuando se les enseñan esas cosas hace ya mucho tiempo que tienen explicaciones para ellas, explicaciones que ha tenido que construir por sí mismo, porque nadie se las ha dado; el niño las construye con los instrumentos intelectuales de que dispone y llega a explicaciones que no coinciden con las de los adultos y que curiosamente son muy semejantes entre niños de distintos medios sociales y de diferentes países.

Así vemos que el niño aprende muy pronto como una regla que para comprar hay que llevar dinero a la tienda, mucho antes de que sea capaz de explicar para qué sirve ese dinero, qué hace el tendero con él, cómo se fijan los precios, y, en general, cómo tiene lugar la actividad económica. Posteriormente las explicaciones inciden sobre normas y valores y los reorganizan, y cuando se alcanza un grado de comprensión grande, esas explicaciones proporcionan a las normas y valores un sentido nuevo, haciendo posible la reflexión sobre ellos, e incluso dudar de sus fundamentos (Op. Cit, 1994 p 468).

2.4 Clasificación del estudio del conocimiento del mundo social

El estudio del conocimiento del mundo social es muy amplio y algunos autores se han dado a la tarea de clasificarlos en distintas líneas de investigación, Juan Delval en 1994 dice que bajo la etiqueta de conocimiento social, se han estudiado tres tipos de problemas distintos, esto es tres campos de investigación. Por un lado, el conocimiento de los otros y de uno mismo, que es un conocimiento propiamente psicológico. En segundo lugar, el conocimiento y el uso de normas que regulan las relaciones entre los otros y que se refieren a la moral o a las convenciones sociales, y que puede decirse que impregnan toda la actividad relacionada con los demás. En tercer lugar el conocimiento de las instituciones sociales, es decir, de relaciones que trascienden al individuo.

El conocimiento de los otros y de uno mismo

Citando a Delval, J. (1994) Es cuando el sujeto va elaborando un conocimiento de las otras personas y de las relaciones con ellas, y a través de él se va conociendo así mismo. Desde el punto de vista del sujeto se trata más bien de un conocimiento de tipo psicológico, ya que se tienen en cuenta los estados mentales de los otros y se anticipa cómo se van a comportar entre ellos o en relación al sujeto. Desde el punto de vista de un observador externo puede verse como social porque implica la relación con otras personas, pero desde el punto de vista del sujeto es un conocimiento psicológico. Este tipo de estudios es lo que ha sido abordado por los autores anglosajones bajo la denominación de social cognición, y se estudian relaciones interpersonales como la amistad o la autoridad.

Según Coll, J.; Palacios, J.; y Marchesi, A. (Citados en Pérez y Rodríguez, 1993) Para la adquisición de un conocimiento interpersonal, el niño debe empezar por conocer las características de los otros, como por ejemplo el seguir la mirada de su madre y adivinar lo que atrae su atención; y es capaz de comprender el sentimiento de tristeza que puede tener un amiguito cuando está llorando.

Coll, et al. en 1992, hacen una caracterización del conocimiento que tienen los niños más pequeños en la escuela (hasta los 6 años), sobre los pensamientos,

sentimientos, intenciones y características de la personalidad de los otros sería la siguiente:

- a) Es un conocimiento muy basado aún en características externas y aparentes.
- b) Sus inferencias acerca de los sentimientos, pensamientos, intenciones o rasgos personales de otros tienen aún un carácter global, poco preciso y poco afinado.
- c) Cuanto más familiares son las situaciones en las que se encuentran, más sencillo les resulta inferir las características de otros y adaptar a ellas su comportamiento.
- d) En sus concepciones de otros coexisten características a menudo irreconciliables y a las que no intentan buscar explicación.
- e) Cuando su propio punto de vista está implicado en una situación social, en ocasiones van a tener dificultades para diferenciarlo de los otros, dando muestras de una cierta indiferencia o egocentrismo.

Por otro lado el niño de 6 a 12 años ya adquiere un conocimiento de las características de los otros basado en las siguientes ideas:

- a) el niño es progresivamente consciente de que los demás también les pueden conocer a ellos de igual manera.
- b) Pueden ver la realidad que les rodea desde el punto de vista de una tercera persona y comprende que ésta puede tener un enfoque distinto del problema al no hallarse implicada.
- c) Son capaces de distinguir las perspectivas claramente y tomarlas en consideración, primero de modo secuencial y después simultáneamente.
- d) Los niños además de saber tomar en consideración el estado, situación o características de las personas conocidas, son capaces de ponerse en el lugar

de grupos amplios (entienden, cuando ven las noticias, los sentimientos de las personas que han sufrido una catástrofe).

e) De poder realizar inferencias globales de las características o estados de otras personas, pasan a poder realizar inferencias progresivamente afinadas y complejas de dichas características.

f) Son capaces de desarrollar habilidades sociales con mayor independencia de la situación que en edades anteriores.

g) Poseen una concepción más integrada de las características de los otros: son capaces de describir a un amigo de una forma más profunda y real.

El conocimiento moral y convencional:

Es cuando el sujeto va adquiriendo las reglas o normas que regulan las relaciones con los otros. Las normas morales regulan los aspectos más generales de las relaciones interpersonales y Turiel en 1984 las define como los requisitos categóricamente obligatorios, ya que es necesario que todas las personas a las que están dirigidos los obedezcan, independientemente de que quieran aceptarlos a ellos o a sus consecuencias e independientemente también de las exigencias de otras instituciones como la ley o la etiqueta. Mientras que las normas convencionales se ocupan de regulaciones más particulares propias de cada sociedad, como las formas de saludo y cortesía, las costumbres, etc. Definidas por Turiel en 1984 como “uniformidades conductuales que coordinan las interacciones de los individuos dentro de los sistemas sociales... proporcionan a las personas medios para saber qué esperar de cada uno y, por tanto, sirven para coordinar las interacciones entre ellas. La fuente de la moralidad no radica en las normas del grupo o la sociedad, mientras que la de la convención descansa en la comprensión de las características del sistema social”.

El conocimiento de las instituciones:

Lo constituye el conocimiento de las instituciones, es decir, de relaciones entre individuos o grupos que trascienden el individuo. Las relaciones con el

tendero, el jefe o el representante político no son relaciones personales, como sería el caso de la amistad, sino que son relaciones entre papeles sociales. Lo que más propiamente podemos llamar conocimiento social es ese conocimiento del funcionamiento de la sociedad en sus distintos aspectos, que es un conocimiento de relaciones institucionalizadas.

Los rasgos más destacados del conocimiento de los sistemas e instituciones sociales que manifiestan los niños hasta los 6 años, según Coll, et al en 1992 son los siguientes:

a) Se trata de un conocimiento muy basado en rasgos y aspectos externos, perceptibles. La comprensión de los roles de distintos profesionales está limitada a su apariencia externa (los que llevan bata blanca son médicos, los que llevan overol son mecánicos) y les resulta complicado admitir como profesional a quien no cumple los rasgos externos aprendidos.

b) Su conocimiento se efectúa basándose en lo más próximo a su experiencia. Ese es el motivo de que los niños trabajen en la escuela conceptos muy cercanos a ellos como la colonia, la familia, el pueblo, la ciudad, etc.

c) Otra característica es la no articulación de los elementos que conforman su representación se una misma realidad debido a que se basan en un pensamiento formado por un conglomerado de componentes que no encuentran suficiente relación entre sí.

d) Tienen una visión estática de los sistemas sociales. No se plantean el origen ni la evolución de los mismos. Viven el aquí y ahora de las relaciones sin pensar en si seguirán existiendo o cómo han sido antes.

e) Poseen una visión inmediata y contingente de la causalidad que liga a unos hechos sociales con otros.

f) Los niños de hasta 6 años son incapaces de entender la existencia o el fundamento de los conflictos sociales. No entienden la función de los partidos políticos o lo difícil y complejo que resulta el mantenimiento de la paz.

Por otro lado, los niños de 6 a 12 años se les caracteriza por lo siguiente:

- a) El niño empieza a construir sistemas parciales aislados que organizan conjuntos de hechos sociales: en el tema económico, es la edad en que comprende que haya un beneficio pero antes debe haber una inversión.
- b) Existen una progresiva coordinación/organización de conocimientos siguiendo relaciones lógicas de inclusión, de reciprocidad, reversibilidad, etc. Así, un niño comprende que una ciudad se incluye en un estado que a su vez pertenece a una nación. Por otro lado, es capaz de comprender el fenómeno de la extranjería.
- c) Es capaz de basar sus representaciones en datos no observables y/o alejados de la propia experiencia.
- d) Establece relaciones de causalidad objetivas e inferidas (el maestro pone una nota en función de unas reglas establecidas, etc.)

Esta última área de estudio es la que está relacionada con esta investigación, el conocimiento de las instituciones, y más específicamente con el mundo social. Por lo tanto en el siguiente apartado se desarrolló todo lo relativo a esta área de estudio, que son las nociones económicas.

2.5 El desarrollo de las nociones económicas

Muchos comportamientos económicos de los niños son, obviamente del mundo económico de los adultos. La mayoría lleva dinero en sus bolsillos, donde los niños entregan el dinero de modo que ellos puedan participar como consumidores dentro de la economía. También hay niños que trabajan con sus familias, trabajan parte del tiempo por dinero o para recibir regalos. Aunque muchos de esos comportamientos, los niños los van a construir dentro de sus propias explicaciones y su forma de ver el mundo social, haciendo su propio mundo de autonomía económica, y esto se puede ver más claramente cuando se involucran en negociar, en cambiar sus canicas, sus tazos, etc. (Webley, 1996)

Aunque el niño forme su propio mundo de autonomía económica, el problema de cómo entiende la realidad económica, es un área de investigación muy amplia y que va progresando día con día, las razones de la importancia de esta área de estudio son dos principalmente: (Delval, 1994)

a) Las nociones económicas constituyen un eje de la organización social y además el niño está en contacto con ellas desde muy pronto, posiblemente antes que con muchas otras nociones sociales.

b) El campo de lo económico tiene un carácter objetivo y se presta mejor a que se realicen estudios experimentales, ya que se trata de una realidad con la que el niño, al menos en nuestra sociedad, entra en contacto desde muy temprano a través de su experiencia diaria, por ejemplo, de ir a la tienda a comprar. Y hay elementos y hechos muy objetivos como el problema del cambio en la tienda, o la noción de la ganancia que pueden estudiarse de manera muy directa.

Los estudios sobre el desarrollo económico o también conocidos como estudios de la socioeconomía, son un asunto importante, ya que nos encontramos en una sociedad de libertad y consumo, donde las actividades de compraventa son un componente esencial en la vida económica.

Se entiende por socioeconomía a las actividades que el sujeto intenta maximizar dentro de situaciones sociales (Webley, 1996), como por ejemplo el ahorrar su mesada, comprar en la tienda, guardar dinero en el banco, comprarse juguetes, re-vender sus pertenencias obteniendo una ganancia, pagar, devolver cambio, etc.

Se han realizó estudios referentes a esta área, que abarcan desde la concepción del dinero, la función del banco, el ahorro, etc. La metodología que han utilizado casi en su mayoría es el método clínico generado por Piaget (1927), y consiste en entrevistas individuales semi-estructuradas de tipo clínico donde se le pide a cada niño que conteste y/o describa sobre lo que se les pregunta o muestra, y se profundiza en el diálogo dependiendo de los argumentos y experiencia del niño. (Delval, 2001)

Estudios previos

En esta área de investigación, destacan los trabajos realizados por Strauss y por Dazinger en los años cincuenta, y más recientemente por Delval (1994), Furth, Jahoda y Berti y Bombi (1981/1988), Denigri (2000).

Resultados de algunos estudios que se refieren al dinero:

El primero de los estudios que se conocen y que se refiere a nociones económicas en niños, fue el de **Strauss**, A. en 1952, que realizó un estudio notablemente completo sobre el desarrollo de la noción de dinero en el niño; se obtuvieron como resultados niveles de desarrollo económico que se describen enseguida:

1. A la edad de 3 o 4 años los niños se muestran perfectamente capaces de hacer la distinción entre el dinero y otros objetos tales como botones. Para ellos, existen objetos que pueden ser monedas y otros que no pueden serlo; no establecen ninguna relación directa entre el dinero y el acto de compra; ninguna noción de orden económico viene a sostener su elección. Por otro lado, si se les pregunta qué moneda prefieren de las dos que se les proponen, la respuesta es producto del azar, o bien invariablemente la que tiene mayor tamaño, en ningún momento hacen intervenir la noción de valor.

2. Entre los 6 y 8 años, los niños están en condiciones de asimilar realmente este nuevo dato: todas las monedas no permiten comprar la misma cantidad de un bien determinado; algunas tienen mas poder que otras. Esta adquisición de la noción de valor para los niños, que constituye un progreso muy considerable, va a inducir casi inmediatamente otro, a saber, que todos los productos que se pueden encontrar en las tiendas tienen un precio establecido. Es la edad igualmente en que van a empezar a entrever que el comerciante también está obligado a pagar los bienes si quiere disponer de los mismos y venderlos a sus clientes.

3. Hacia los 9 o 10 años, es cuando va a comprender que el comerciante es la persona que asegura una función de distribución, al niño dará un nuevo paso importante. Sabe que cada fábrica sirve a muchas tiendas y cada tienda hace

sus provisiones dirigiéndose a muchas fábricas. El comerciante saca su provecho haciendo de intermediario entre el productor y el consumidor final.

Dazinger en 1958 realizó un estudio con niños, sobre el uso del dinero y concluyó que, para los niños la circulación del dinero es pues una especie de ritual, motivado, simplemente por el hecho de que no se debe robar. Este resultado, represento durante muchos años como la única percepción sobre el uso del dinero que tienen los niños.

Delval, Soto, Fernández y otros, 1971 (citado en Delval, 2001 p-196) estudiaron sobre tres temas principales, a) la distribución del capital (centrado en las diferencias entre ricos y pobres y la movilidad social), b) las relaciones de intercambio y c) el proceso de producción.

En la parte referente a las relaciones de intercambio, observaron tres niveles de respuestas diferentes. Para los sujetos del primer nivel, dar dinero en la tienda constituye un acto ritual que no tiene relación con la adquisición de mercancías. El comprador da dinero y muchas veces le devuelven más (más papeles o más monedas, sin tener en cuenta el valor), menos o nada. El segundo nivel está constituido por las respuestas que explican que el vendedor, además de alimentarse él y su familia, utiliza el dinero para reponer la mercancía. Hay ya en esta respuesta una comprensión, si no completa, al menos relativamente elaborada del proceso de intercambio. En el tercer nivel, están las respuestas que hacen referencia además a que el vendedor reinvierte parte de la ganancia para ampliar el negocio.

Denigri, M. (2000) realizó una investigación sobre, cómo conciben los niños el dinero y la economía, y obtuvo los siguientes resultados:

1. Los niños más pequeños, entre 6 y 7 años, manifiestan marcadas dificultades para comprender las relaciones que determinan el proceso circulatorio del dinero y por ello tienden a dar respuestas que desconocen la existencia de cualquier proceso. Por otro lado, aquellos que dan explicaciones que intentan vincular al trabajo como fuente de obtención de dinero siguen manteniendo las ideas primitivas en relación a que el dinero

está libremente disponible o puede ser comprado como una mercancía más. Para estos pequeños, el dinero es repartido por la Fábrica de la Moneda o por el banco y sólo basta con ir a buscarlo o a comprarlo como si se tratara de cualquier mercancía. Evidentemente, también su concepto de compra está bastante alejado de la idea de transacción propiamente económica y constituye más bien un ritual o una norma que en este caso consiste en dar un dinero a cambio de otro dinero.

2. A partir de los 8 - 9 años, un porcentaje importante de sujetos intenta describir un ciclo muy rudimentario de distribución, en el cual el dinero circularía desde la fábrica hasta el banco y desde allí es repartido a los lugares de trabajo, pero sin establecer ningún tipo de relación con los procesos productivos y las relaciones laborales, que determinan que a través del trabajo se obtenga el dinero, ni plantearse un ciclo de circulación del dinero.

Es claro que para estos niños el dinero se obtiene del trabajo y que, a diferencia de los pequeños, ya han establecido algún tipo de relación primaria entre trabajo y remuneración, a la vez que ya comprenden que esta remuneración presenta una cierta periodicidad.

3. Entre los 10 y los 13 años se produce un cambio significativo en las ideas de los sujetos. Estas, ahora son más organizadas y con mayor riqueza de elementos, a la vez contienen claras alusiones a un ciclo de circulación, donde hacen su aparición las relaciones de producción y el ciclo de la mercancía. También se han depurado las ideas en torno al papel del gobierno en la circulación monetaria, apareciendo cada vez más clara la diferencia entre un sector público que recibe dinero del gobierno y un sector privado en el cual los recursos provienen de su propia actividad, con lo que ahora se hace referencia a la comercialización de la producción como fuente de las remuneraciones de los trabajadores.

Estas nuevas explicaciones no sólo aparecen más organizadas, sino que a la vez incluyen claramente una nueva conceptualización que implica la presencia de relaciones entre organismos (por ejemplo: gobierno,

municipalidad, sector productivo. etc.), y es también en estas edades en las que finalmente se comprende el concepto de ganancia.

Estudio sobre ganancia:

Hans Furth (1976, publicado en 1980) observó que los niños consideran que el dinero proviene de otras actividades o trabajos que realiza el tendero o que proviene del cambio que se da en la tienda. Muchos niños pequeños sostienen que el tendero no tiene que pagar por las mercancías, sino que se las dan. No parece que sean capaces de conectar la idea de compra y la de venta.

Gustav Jahoda (1979) estudió la construcción de algunos aspectos de la realidad económica y hace una interpretación de los progresos del niño en términos de la comprensión de diversos "sistemas": el sistema del beneficio, el sistema del trabajo y el sistema del Banco y estableció conexiones entre ellos. En el primer nivel (niños entre 6 y 8 años) los niños no entienden ningún sistema, dicen que al final del día no hay dinero en la tienda, pues se ha usado para dar el cambio o se utiliza para darlo a los pobres. Tampoco creen esos niños que vender sea un trabajo. En el siguiente nivel, los niños entienden que el tendero tiene que pagar por lo que vende, pero paga lo mismo que lo que cobra. Por otra parte piensan que el dinero para el tendero o los empleados proviene de otro lado: del banco o de otro trabajo. Hay por lo tanto, dos sistemas, pero desconectados. Finalmente, a partir de los 10 años los niños empiezan a tomar conciencia de la diferencia entre el precio de venta y el de compra y de que los vendedores obtienen dinero de ello. Hasta entonces la función del dueño de la tienda no era entendida.

Jahoda, G. en 1981 también hace un estudio sobre la función del banco, donde concluye que el problema de la ganancia en el banco es más difícil que en la tienda y los sujetos están mucho más retrasados en la comprensión de este problema. Los más jóvenes del estudio tienden a pensar que el Banco es más un servicio público que una empresa comercial y consideran los principios que gobiernan el Banco como más próximos a las relaciones entre amigos que a los intercambios económicos impersonales.

Delval y Echeita, (1994), realizan una investigación sobre la idea de ganancia, y observaron que los niños, hasta los 10 -11 años tienen grandes dificultades para entender que hay una diferencia entre el precio de compra y el precio de venta y que el tendero vende más caro de lo que a él le cuesta. Sorprendentemente los niños piensan que el tendero compra las mercancías en una fábrica (o en otra tienda), y paga por ellas un precio; luego las vende por lo mismo o por menos de lo que le ha costado. Con el dinero que obtiene de esa venta viven él y su familia, paga a sus empleados y repone la mercancía.

Estudios más recientes realizados en el Estado de Querétaro

El estudio sobre el conocimiento económico acerca del trabajo de los padres (Diez-Martínez, Guerra y Sánchez, M, 1999) tuvo como objetivo: analizar el conocimiento que realmente tienen los niños y adolescentes sobre el trabajo de sus padres, y compararlo con lo que ellos saben sobre el trabajo de otras personas (personajes), en términos de los mecanismos de obtención del empleo y las fuentes de remuneración del mismo. Y los resultados obtenidos fueron: "a) los sujetos son capaces de proporcionar descripciones simples del trabajo de sus padres, en forma de scripts, que incluyen para los más pequeños aspectos muy concretos y, posteriormente, aspectos cada vez más abstractos, conforme avanza la edad de los sujetos; b) los sujetos tienen menor conocimiento del trabajo de sus padres al compararlo con lo que saben del trabajo de otras personas, puesto que todos los sujetos describían con mayor exactitud las actividades que realizan cada uno de los personajes presentados; c) sobre cómo habían conseguido el trabajo sus padres y los personajes presentados, los entrevistados mencionaron principalmente las relaciones personales para el caso del trabajo de los padres y, conforme avanzaba su edad, hablaban de la importancia de los estudios y la experiencia. En el caso de los personajes, indicaron como importantes para conseguir dichos empleos los medios de comunicación y, de manera importante, los estudios y la experiencia". (Diez-Martínez, 2003).

Otro estudio realizado por Diez-Martínez, y Cols (2001^a) fue el de la influencia de la televisión en el conocimiento de las ocupaciones, cuyo objetivo fue conocer en qué medida los sujetos reconocen a la televisión o a su experiencia en la vida, como fuente de información sobre las ocupaciones, y si esta información tiene alguna relación con el número de horas de consumo televisivo.

Y los resultados obtenidos fueron: “a) se concluyó que a través de la televisión los sujetos reciben cierta información relacionada con el mundo del trabajo y que de algunas, la televisión es la única fuente que les proporciona información al respecto; b) los datos muestran una relación entre el contexto de procedencia de los sujetos y su reconocimiento de las ocupaciones, con mayor importancia de lo que aparece con relación a sus edades; c) con respecto a las horas de consumo televisivo, no se encontró relación entre éstas y el reconocimiento de un mayor o menor número de ocupaciones, ya que los sujetos menos consumidores de televisión resultaron ser los del contexto urbano alto, quienes más empleos reconocían”. (Diez-Martínez, 2003)

El análisis de los contenidos del libro de texto gratuito sobre “alfabetización económica”, es otro estudio que realizó Diez-Martínez (2001b), donde el objetivo general era: analizar los contenidos del libro de texto gratuito de nuestro país de nivel primaria, con relación a la información que presentan a los educandos acerca del mundo del trabajo y las ocupaciones.

Los resultados son: “a) sobre el tipo y cantidad de información que presentan los libros de texto gratuito sobre las ocupaciones, se obtuvo información descriptiva, sobre cuál, cuánta y cómo es proporcionada esta información a los niños mexicanos; b) los libros de texto gratuitos contienen información sobre las ocupaciones, mayoritariamente para el sector de servicios, actividades técnicas y oficios, y en mucha menor cantidad para otros sectores; c) la forma de presentación de la información, es fundamentalmente menciones de ocupaciones dentro del texto, es seguida por la presentación en imágenes y, en mucho menor grado, a través de descripciones (Diez-Martínez, 2003).

También en el 2001c se realizó otro estudio sobre la comprensión del fenómeno del desempleo en niños y adolescentes, cuyo objetivo fue: analizar la comprensión de los niños y adolescentes de las variables individuales (escolaridad, sexo, estado civil, número de hijos, puntualidad, origen social y color de piel) y las variables sociales externas al individuo, que determinan la obtención y pérdida del empleo (desigualdades entre la producción y el consumo que generan despidos masivos, las políticas gubernamentales al respecto, la devaluación de la moneda, etc.) y sus consecuencias (delincuencia, huelgas, manifestaciones, apatía social, etc.).

Los resultados que se obtuvieron fueron: “a) reconocen más tempranamente y con mayor facilidad las variables individuales involucradas en la obtención del empleo y la pérdida del mismo. Todos los sujetos consideraron como causas importantes para obtener y perder un empleo, el nivel de estudios, la edad y el ausentismo; b) el origen social fue considerado como variable importante para los sujetos de 12 y 14 años de contexto alto, pero no lo fue para ninguno del contexto rural, probablemente porque estos últimos ven que aún la gente pobre consigue trabajos o aún no son conscientes de las diferencias de oportunidades; c) el estudio de fenómenos sociales tales como el desempleo permiten mostrar la comprensión que los sujetos tienen sobre el fenómeno de acuerdo a sus edades, así como las representaciones que van elaborando, de acuerdo con la información que reciben de sus entornos específicos y el impacto de ciertas situaciones económicas que viven en su vida cotidiana (Diez-Martínez, 2003).

Con estos estudios que se han realizado, nos podemos dar cuenta de que la comprensión por parte de los niños del mundo económico es extremadamente complejo y hay muchísimos aspectos se han estudiado, referentes al origen y la fabricación del dinero, de dónde proviene el valor de éste, la fabricación de las mercancías, el precio de las cosas, las relaciones entre dinero y trabajo, la función de los bancos, los intereses, la jerarquía ocupacional, el desempleo, etcétera; y que respecto a estos, los niños tienen una información y construyen su explicación.

Por lo que se refiere a esta investigación, son retomados muchos de los aspectos que ya han sido estudiados, y otros que todavía no lo son, como por ejemplo: lo que es la propiedad privada, la función de los cheques, los vales de despensa, el sistema de apartado, las mercancías fiadas, etc. Por lo tanto estos estudios para comprender el conocimiento del mundo social y más específicamente del mundo económico, servirán como base y apoyo para poder explicar los resultados encontrados en esta investigación.

III. PUBLICIDAD Y CONSUMO

El capítulo anterior mostró una visión de lo que se estudia sobre el conocimiento que tienen los niños del mundo social y más específicamente sobre el mundo económico, que es una parte del objetivo de esta investigación, pero ahora, para poder comprender y conocer cuales son las opiniones y explicaciones que tienen los niños y adolescentes de los letreros, imágenes y anuncios callejeros que muestran una actividad económica, se presenta este capítulo, donde se va exponer lo que es la publicidad y la relación que tiene con el consumo y los niños; así como estudios que se han realizado al respecto. Esto es: los niños y el consumo, y los niños y la publicidad.

3.1 Publicidad

La publicidad es una forma de comunicación la cual se utiliza desde hace muchos años, ya que el hombre ha tenido la necesidad de comunicación desde el momento en el que existe en la tierra. La publicidad ha estado presente en varias formas desde hace mucho tiempo. Hoy en día conocemos a la publicidad como el instrumento que utilizamos para dar a conocer un producto o servicio. (Horande, B. 1990)

Existen muchos medios en los que la publicidad está presente. Medios masivos como es la televisión, la radio, el Internet y medios exteriores que se conocen como publicidad exterior. También están los medios directos como lo es la publicidad en el punto de venta y el correo directo.

La Publicidad viene de la palabra público de origen latín publicum que significa relativo a la comunidad. Cuando algo es público quiere decir que todos los miembros de las comunidades tienen acceso a ello. Por ejemplo, un parque público es aquel al cual toda persona tiene derecho de frecuentar y hacer uso de él. (El Pequeño Larousse Ilustrado, 1998, pág. 832)

Cuando hablamos de publicidad nos referimos a la actividad de dar a conocer o divulgar algún producto, servicio o idea para que sea conocida por la comunidad. Se pretende provocar una actitud o cierto comportamiento en la

gente que recibe el mensaje. Dar publicidad a algún objeto es hacer que la gente se entere de ello. Publicidad, termino utilizado para referirse a cualquier anuncio destinado al público y cuyo objetivo es promover la venta de bienes y servicios. (Guerrero, et al, 2000)

3.1.1 Funciones de la publicidad

La publicidad cuenta con tres funciones básicas según Guerrero, Ayestaran y De Abreu, (2000) las cuales son:

a.- Información: La publicidad tiene como primera y principal misión la de informar acerca de los productos, servicios o ideas. En el mensaje publicitario ha de figurar cuando el producto es relativamente nuevo y en algunos casos aún siendo conocido, donde se vende, quien lo vende, la información debe ser clara y con un orden en la composición y presentación de los elementos del mensaje, por lo tanto debe crear un ritmo usual lógico que lleve al consumidor a ver, leer y/o oír la información que la publicidad está comunicando.

La información en la publicidad, es el punto clave, es decir, por medio de éste se dan a conocer las características tanto internas (composición química, contenido, etc.), como externas (características del empaque, nombre, etc.), puntos estos esenciales para obtener resultados. Sin información el consumidor desconoce la existencia del producto y por lo tanto no puede haber ventas.

b.- Persuasión. El poder de la persuasión que existen en, los diferentes medios publicitarios, logran inducir, mover, obligar con razones a creer o hacer algo.

Una de las funciones de la publicidad es persuadir, es decir, convencer, atraer, seducir al consumidor a la compra, dándole razones que lo atraiga a probar el producto. Esto se logra gracias a las técnicas y métodos estudiados, que a lo largo de los años se han mejorado, tomando en cuenta las necesidades del público y creándoles a este esa necesidad por el producto anunciado.

c.- Educación. La publicidad además de querer promocionar un producto, servicio o idea, trae consigo una función educadora, tomando en cuenta el valor artístico de sus composiciones, así como también se puede decir que el léxico utilizado en los diferentes medios ayudan a una mejor comprensión del mensaje.

Educando al consumidor como también creándoles a su vez un hábito de consumo hacia una misma área.

En esta investigación veremos a la publicidad exterior, la cual es un medio que tiene muchos años de existir. Después de la publicidad de boca en boca, es la publicidad más antigua que se conoce a partir del cartel. Esto es debido a que muchos hombres en la antigüedad eran analfabetas, es por eso que se utilizaban pinturas y dibujos para comunicar un mensaje.

La publicidad exterior es indispensable en cualquier sociedad de consumo, en donde compiten productos y marcas.

3.1.2 Publicidad Exterior

Se da el nombre de medios exteriores aquellos medios que llegan a los prospectos que están en constante movimiento entre ellos mejor conocidos como publicidad exterior, publicidad en tránsito y otros medios como los letreros electrónicos, los parquímetros, transportes terrestres, paradas de colectivos, interiores de centros comerciales, entre otros. (Galindo Suca, 1997)

En calidad de medio nacional y global, la publicidad exterior ha alcanzado enorme éxito, Probablemente es el primer medio que se utilizó, pues su origen se remonta a hace más de 5000 años, cuando se inscribían en jeroglíficos en los obeliscos para que los leyera los viajeros. (Op Cit)

3.1.2.1 Ventajas de la publicidad exterior

Como todos los medios de publicidad, la publicidad exterior tiene ventajas sobre otros medios y también por sí sola tiene puntos buenos y se deben aprovechar al máximo.

a.- Es un medio que sirve muy bien en o como forma de recordatorio.

La publicidad exterior se utiliza mucho como un medio recordatorio o de reforzamiento de campañas de publicidad que se presentan en otros medios. Es decir, si tenemos una campaña de publicidad que se está presentando en televisión y al mismo tiempo tenemos publicidad de reforzamiento en el exterior, la publicidad exterior crea un efecto recordatorio del anuncio de televisión, logrando con esto penetrar en la mente del posible consumidor.

b.- Es un excelente medio para introducir nuevos productos o servicios en el mercado.

Debido al gran impacto del anuncio exterior y a la gran visibilidad que tienen estos anuncios, la publicidad exterior se utiliza mucho para introducir nuevos productos o servicios dentro del mercado ya que se encuentra donde puede estar un posible cliente. Por su gran tamaño no pasa por desapercibido y coloca nuestro mensaje en la mente del consumidor.

c.- La publicidad exterior tiene un costo muy bajo.

La publicidad exterior es muy costeable debido al número de impactos que tiene sobre posibles consumidores día con día. Por el lugar en el que se encuentra (la calle) es un medio al que toda la gente tiene acceso. Por el tipo de vida a nivel mundial, la gente requiere salir a las calles para realizar sus actividades diarias, es por esto que en la calle es donde más impactos tiene la publicidad.

d.- Debido a la gran repetición que se tiene en el anuncio exterior, se puede lograr una buena penetración en el consumidor.

La gente que vive en las grandes ciudades, generalmente tiene un tipo de vida rutinario, es decir que todos los días recorre el mismo camino para ir a sus actividades. Si aprovechamos esto colocando un anuncio publicitario en un punto clave y que tenga buena visibilidad, podemos decir que nuestro posible consumidor ve nuestro anuncio todos los días que realiza su actividad cotidiana.

e.- Influye al consumidor en el mercado.

La publicidad puede estar muy cerca del punto de venta. Cuando un consumidor requiere de un servicio o producto y no sabe realmente cual de todas las marcas tiene que escoger es ahí cuando la publicidad exterior juega un papel muy importante. Si el anuncio está colocado en un lugar clave y el consumidor potencial lo ve, y éste le da la información que requiere, es aquí cuando ganamos un cliente para nuestra marca.

f.- Es un medio muy útil para fijar la imagen de una marca.

Debido a su tamaño, gran visibilidad y también gracias a el número de impactos que tiene sobre la gente es un excelente medio para penetrar una marca en el público. Cuando hacemos un anuncio espectacular, es muy importante que en su diseño se guarde un buen lugar para el nombre de nuestra marca y/o su logotipo para que de ésta forma se quede grabado en el receptor. Muchas veces vemos anuncios espectaculares en donde solo aparece el logotipo de la marca y no hay nada más que el logotipo: Por ejemplo, los anuncios de Pepsi Cola en los que solo se ve el logotipo de Pepsi Cola. Otro ejemplo son algunos anuncios de Marlboro, no hay fotografías del vaquero, no hay campo, no hay eslogan, no hay nada más que el nombre de la marca y el simple nombre Marlboro nos hace recordar al vaquero y el campo.

g.- Es un medio que se exhibe las 24 horas del día.

A diferencia de otro tipo de publicidad, la publicidad exterior se encuentra en exposición las 24 horas del día durante el tiempo del contrato. De noche son iluminados para que de esta forma el receptor tenga la oportunidad de ver el anuncio.

h.- Alto alcance y alta frecuencia.

Este punto se refiere a que es un medio que ven miles de personas, es el medio que tiene más impactos que cualquier otro. Por otra parte tiene una frecuencia muy alta debido a que la gente pasa por un mismo lugar varias veces a la semana para cumplir con su actividad cotidiana.

En promedio 90% de la población que habita en poblaciones urbanas transita por 85% de la infraestructura vial, que es donde se colocan los anuncios.

3.1.2.2 Desventajas de la publicidad exterior

a) Como fue mencionado anteriormente este tipo de publicidad puede dirigir el mensaje a un público determinado con anterioridad; pero esto a veces no es fácil de controlar y no existe una receptibilidad entre los diferentes grupos demográficos; lo que hace que el mensaje sea recibido en muchos casos por un público heterogéneo.

b) La exposición de publicidad exterior es a la vez involuntaria y breve; se calcula que la mayor parte de las señales según el manual de publicidad de Kleppner son vistas en menos de 10 segundos por el promedio de público; es por ello que se obliga a complementar el mensaje mediante el uso de otros medios.

c) Algunos elementos de paisaje urbanístico (edificios, monumentos, árboles, etc...) que limitan el poder atencional sobre la publicidad exterior.

d) El medio exterior es sujeto de leyes adversas y de críticas de grupos de intereses públicos y ambientalistas; que ven que este tipo de publicidad es una plaga para el paisaje y un medio poco ético que busca llevar un mensaje a la población en su mayoría de bebidas alcohólicas y de cigarrillos.

3.1.2.3 Limitaciones de la Publicidad Exterior.

a) A pesar de su selectividad geográfica su público puede estar integrado por todas las clases sociales lo cual hace que el mensaje llegue a personas que necesariamente no son blanco o meta del mismo.

b) Tomando en cuenta la sencillez y la brevedad del mensaje este obliga a que se tome como apoyo a otros medios de publicidad.

c) Por último se tiene que rara vez atrae la atención total del observador, ya que sus mensajes son leídos mientras el conductor y los pasajeros del vehículo

esta en marcha, lo cual hace que no logre concentrarse en la comunicación que persigue el anuncio.

Como se dijo anteriormente, la publicidad exterior va dirigida a todo el público que la vea, a los turistas, a las señoras, a los obreros, a los que son felices, a las amas de casa, a los borrachos, a los locos e incluso a los niños, ¿y bueno, que mensaje les llega a los niños?; eso es lo se trató de investigar en esta tesis, por medio de las explicaciones que nos dieron los niños de algunos letreros, imágenes y anuncios callejeros, llamados publicidad exterior.

Una de las ventajas para los comerciantes que presentan la publicidad exterior es que influye en el consumo, por lo tanto en el siguiente apartado se analizan estudios e investigaciones que se han realizado con niños, esto es: niños consumidores.

3.2 Niños Consumidores

Los niños desde edades muy tempranas, acompañan a sus padres cuando van de compras, ellos observan, son meros espectadores, pero cuando van creciendo se van involucrando poco a poco a decisiones referentes a la compra de productos y servicios, comienzan a realizar sus compras independientemente, por ejemplo en la tiendita de su escuela.

Hoy en día, los niños son agentes económicos, en el pleno sentido del término y en el mismo plano que los adultos (Brée, J., 1995) y, diversos estudios lo demuestran, por ejemplo: En el año 1969 Mac Neal había calculado la suma que representaba la compra, por parte de todos los niños americanos de edades comprendidas entre los 4 y los 12 años, de dos caramelos de goma por semana; con ese producto tan simple se alcanzaban en aquella época la impresionante cifra de 36,7 millones de dólares. En cuanto a las cantidades gastadas directamente en aquella época por el conjunto de esos niños, las estimaba en 2,000 millones de dólares aproximadamente. En estudios más recientes, se demuestra que los niños americanos cada vez consumen más, puesto que los 2,000 millones de gastos directos evaluados en los niños de 4 – 12 años en 1969, han subido hasta 4,200 millones en 1984 (Mac Neal, 1987), y más tarde hasta 6,200 millones en 1988 (Sellers, 1989).

Al principio, las oportunidades de consumo de los niños están muy limitadas, y ello proviene ciertamente de sus posibilidades cognitivas restringidas, pero también de un universo cuyos intereses son, en definitiva, poco numerosos, así como de sus capacidades económicas especialmente escasas. (Brée, J., 1995). Pero en cuanto empiezan a crecer, demuestra Le Bigot en 1980, desarrollan tres factores o niveles en relación a sus actividades de consumo. 1. De 0 a 6 años: productos individuales que le afectan directamente (0 a 2 años; más negativas que peticiones ante los juguetes y la comida que se les ofrece; de 2 a 4 años: primeras peticiones relacionadas con el vestir, los libros o los discos; de 4 a 6 años: los gustos de vuelven más definidos). 2. Desde los 7 a los 11 años: ampliación de los centros de interés hacia los productos familiares (de 7 a 8 años: las peticiones se hacen más precisas, se dirigen a incitaciones directas y recaen cada vez más en productos familiares rutinarios; de 9 a 11 años: compras familiares mayores tales como coche, vacaciones o equipos de alta fidelidad, y aparición de deseos dirigidos hacia productos de adultos). 3. Desde 12 a 14 años, el niño entra en la edad especialista, se vuelve a centrar en un número muy reducido de intereses y se vuelve insuperable en los campos que retiene (moto, informática, celulares). Su universo se reorganiza alrededor de esas especialidades.

Los niños constituyen una categoría de consumidores particularmente ávida de productos nuevos. Se estima así que, en los últimos años, en lo que concierne a los productos de consumo corriente, la mitad de ellos han sido introducidos en las familias a través de los niños (Brée, J., 1995. p18). También muchos sectores de actividad, que no tenían como mercados tradicionales a los niños, se han dirigido hacia ese blanco anexo y han estudiado productos destinados a darles respuesta de manera específica, por ejemplo: La marca Sony a desarrollado toda una gama de artículos que permiten escuchar y grabar música, que ha bautizado con el nombre de My first Sony. Los bancos por ejemplo, han aprovechado la ocasión para dirigirse a una nueva clientela, que a partir de los 13 años y con la autorización de sus padres, pueden disponer de una cuenta bancaria con tarjeta para retirar dinero. También la compañía de teléfonos celulares, ha lanzado al mercado nuevos modelos totalmente dirigidos a los infantes.

Los niños son considerados agentes económicos, ya que la actividad de consumir ha experimentado un crecimiento tan grande en el universo de los niños que diversos autores se han dado a la tarea de estudiar la forma en que los niños van adquiriendo habilidades y herramientas para adquirir el conocimiento como consumidores. En 1974, Ward utilizó el término de socialización par designar las etapas de la adquisición de los hábitos y de las habilidades por parte de los jóvenes consumidores, y más recientemente, en 1998 Gunter. B. y Furham, A. definen este proceso como socialización del consumidor, el cual lo definen como, el proceso por el cual los niños adquieren las herramientas, el conocimiento y las actitudes necesarias para funcionar totalmente como consumidores; y este proceso se forma por la interacción con diversos factores o agentes socioculturales, como son la familia, la escuela, los semejantes (los pares) y los medios de comunicación. (Carlson, L. y Grossbart, S. 1998. y Brée, J., 1995).

3.2.1 Agentes de socialización

3.2.1.1 La Familia

Las familias son una influencia importante en la socialización del consumidor. Durante muchos años, sociólogos especularon que los jóvenes aprenden lo esencial de los aspectos del consumo de sus padres (Parsons et al., 1953). La familia, en materia de consumo su primera función será, pues, la de enseñar a los niños todo lo que constituye los aspectos básicos racionales (Riesman y Roseborough, 1955).

Pero estas enseñanzas pueden ir más allá de esos conocimientos fundamentales e integrar objetivos menos inmediatos como, por ejemplo, animar a los niños a ahorrar a largo plazo (Moschis y Moore, 1979). El aprendizaje también puede valorizar las dimensiones materialistas del consumo, crear con el tiempo una preferencia por unas marcas o almacenes o incluso desarrollar unas aptitudes que pretenden permitir una evaluación de la información contenida en la publicidad. (Moschis, 1987)

Ward y Walkman en 1972 mostraron que la enseñanza que dan los padres a sus hijos sobre el consumo, incluían relaciones de precio y calidad. Así como

los estudios de Moore y Stephens en 1975 que también mostraron que cuando el niño selecciona los productos de acuerdo a los precios, es que ese conocimiento fue aprendido a través de los padres. Estos resultados nos van mostrar que los padres van a sugerir a sus hijos, que seleccionen un producto de acuerdo a su precio, ya que esto ayudará a la economía familiar. (Gunter. B. y Furham, A., 1998).

También los padres pueden jugar un papel importante, respecto a inculcarles los valores, por ejemplo los valores nutritivos, haciendo comentarios al niño, de que algunos productos son muy nutritivos, y esto los lleva a que cuando van de compras con sus hijos, ellos les demanden cierto tipo de producto, que aparte de que les gusta, es nutritivo. (Schneider, 1987).

Dicho lo anterior relativo a los diferentes aprendizajes que se obtienen de la familia en relación al consumo, se han clasificado todos los aprendizajes familiares en tres grandes categorías (Ward y Walkman, 1976; Ward et al., 1977):

- ↪ Los objetivos que están vinculados antes que nada al dinero, como la noción de economía, aprendizaje del valor del dinero y problemas ligados al presupuesto.
- ↪ Los objetivos que están vinculados a la relación calidad/precio.
- ↪ Los objetivos que están vinculados a los propios fundamentos del proceso de consumo, visto desde un ángulo interactivo como: aprender a estudiar la publicidad y a evaluarla con ojo crítico, a escoger tal o cual tienda en función del tipo de productos deseado o de las circunstancias de compra, a negociar con el vendedor y a comparar todas las marcas de la competencia a partir de los atributos más pertinentes.

Pero, no todos los padres adoptan el mismo padrón de socialización con sus hijos, ya que se relaciona mucho a las características demográficas como el contexto socioeconómico, el género, la edad del niño, etc. por ejemplo se les da más explicaciones a los niños cuando estos ya son adolescentes. (Moschis y Moore, 1979).

La clase social es un factor importante en la socialización del consumidor, ya que se observan de una clase a otras variaciones en las enseñanzas a las que se dará preferencia. Por ejemplo: los adolescentes de clase media parecen lograr menos independencia comprando sus cosas, a diferencia de la clase baja y la clase alta. Esto se debe a que los padres de clase media generalmente dirigen más las actividades de sus hijos, como un esfuerzo de no salirse de las normas de clase social. (Moschis et al., 1977; Psathas, 1957).

Otro estudio va a mostrar que los adolescentes que provienen de familias de bajos ingresos, tienen menos experiencia con el dinero y son menos concientes del valor de los artículos de consumo; esto es que su aprendizaje es menor que el de los adolescentes de familias con altos ingresos, pues estos últimos tienen más oportunidades y más experiencias de consumo. (Ward, 1974)

En las clases medias y altas, por ejemplo, los padres van a insistir, sobre todo, en el proceso de elección, en la comparación de los atributos de los productos (Ward, Walkman y Wartella, 1977). En las clases más bajas, en cambio, la comunicación familiar se centrará esencialmente en los nombre de marca. Asimismo, la gente de las clases altas se esforzará más, en general, por orientar la socialización de sus hijos mediante una comunicación frecuente con ellos; pero también es cierto que en las familias más modestas los padres tienen dificultades a ese nivel porque sus oportunidades de consumo son sensiblemente menos numerosas. (Rossiter y Robertson, 1975) En consecuencia, los niños nacidos en familias acomodadas, adquieren una buena comprensión de los procesos de compra a una edad sensiblemente inferior que los demás. (Brée, J. 1995)

Además de la comunicación directa entre la familia, donde los niños van obteniendo herramientas para el consumo, también hay influencias indirectas que pueden tener lugar cuando la comunicación familiar tiene la influencia de otras fuentes de información hacia el consumo, como por ejemplo hay estilos diferentes de comunicación familiar dentro de casa, como son el usar los medios de comunicación de masa (los periódicos y la televisión) que a su vez van a influir en las habilidades del consumidor. (Moore y Moschis, 1981).

Hay estudios que han mostrado que una buena parte de la comunicación que se da entre padre e hijo, se da por otros medios, y que los padres animan a que el niño preste atención a los medios de comunicación en masa, como un medio para aprender conductas del consumo. Por ejemplo ver los anuncios y programas de televisión, para aprender qué productos se deben comprar, para dejar una buena impresión a los demás. (Op Cit). Atkin (1982) encontró que los padres y los niños discuten regularmente y defienden sus decisiones de compra, por lo que han visto anunciado en la televisión, y demuestra que los anuncios han elevado las habilidades del niño hasta un 70%.

3.2.1.2 Los Grupos

En el estudio del comportamiento del consumidor los grupos tienen una gran importancia, ya que el hombre es un ser social y vive dentro de grupos y se relaciona con las demás personas. Los niños también tienen sus grupos, sus amigos, sus vecinos, sus primos, sus compañeros de la escuela, etc. Tienen dos clases de grupos: por un lado los grupos voluntarios, que se forman por iniciativa de los niños y cuyas reglas de funcionamiento son dictadas por ellos, y el otro grupo es el impuesto, en los que el niños se va a encontrar con sus pares, pero permanecerá bajo la autoridad de los adultos, por ejemplo la escuela, los clubes deportivos, los grupos de música, coros, ballet, etc. (Brée, J. 1995)

El aprendizaje del consumo en la escuela:

La escuela tiene como vocación preparar a los niños para que desempeñen su papel de adultos en la sociedad inculcándoles todo lo que hace falta para ser unos buenos ciudadanos y unos seres autosuficientes en el plano económico; su misión, por lo tanto, es enseñar todas las funciones que les permitan adaptarse plenamente a la dimensión "consumo" del mundo social (Riesman y Roseborough, 1955). Pero no todas las escuelas cumplen ese objetivo, a lo cual Brée, J., en 1995 sugiere que la integración de una educación del consumidor dentro del curso escolar normal podría ayudar al niño a aplicar habilidades y podría dar un carácter más agradable a la existencia.

El aprendizaje del consumo con sus pares:

Los pares, esto es los amigos y grupos de gente de la misma edad, son una influencia en los niños, pero sobre todo en los adolescentes, la influencia es mayor en relación al consumo. (Campbell, 1969). Tal influencia incluye comentarios en sus pláticas, hablan de los productos, los precios y la manera en que se anuncian los productos, ya que los niños y adolescentes hablan con sus amigos, muy frecuentemente de los anuncios (Greenberg, 1986). También en algunos estudios se ha mostrado que los adolescentes, están influenciados por su grupo de amigos, a la preferencia de ciertos productos y marcas. (Ryan, 1965; Saunders, et al, 1973 y Vener, 1957).

Moschis y Churchill (1978) encontraron que los pares son un agente de socialización importante, ya que contribuye al aprendizaje de valores materiales. Dicen, que cuando los adolescentes interactúan con sus pares, hablan y conversan sobre la importancia de los bienes y servicios, ya que hay una continua y activa relación de los adolescentes con los medios de comunicación y estos les propician un aprendizaje adicional, el cual, lo platican con sus amigos.

La vida en grupo resulta benéfica para el niño, puesto que éste invierte en ella lo esencial de su energía. Allí es donde aprenden las reglas de la vida social. Allí también empiezan a realizar unas cuantas cosas que no habrían concebido ni habrían tenido capacidad para realizarlas si hubieran estado solos. Finalmente, allí es donde completarán los fragmentos de conocimientos que habrán recogido parcialmente dirigiéndose a sus padres, en la escuela o por la televisión; en efecto, para el niño el grupo es un lugar de intercambio y cada uno va a poder enseñar con orgullo a los demás lo que uno mismo ha aprendido sobre los temas más diversos como la medicina, el consumo, la sexualidad, etc. (Brée, J., 1995)

La influencia de los semejantes de centra especialmente en los nombre de marca. Las discusiones que un niño puede tener con sus compañeros o con los distintos grupos que frecuenta hacen que para muchos productos (video

juegos, prendas de vestir, bicicletas, etc.) el niño conozca muchas más marcas y muchos más elementos sobre cada una de ellas que sus padres.

3.2.1.3 Los Medios de Comunicación

Una encuesta realizada en 1978 demostró que el consumo global de medios de comunicación por los niños tenía tendencia a aumentar con la edad (Chebat, et al., 1978). Otro estudio, permitió obtener unos resultados, el carácter homogéneo de la actitud y del comportamiento de los niños frente a los diferentes medios de comunicación (Brée, J.,1983). Todos, situaban a la televisión y al cine en los dos primeros puestos dentro de la jerarquía de las preferencias. Se observa, una clara preferencia de una búsqueda de información difundida a través de una pantalla (cine, televisión, computadoras), y esta actitud, corresponde a una predilección marcada por el movimiento respecto a lo inerte y a una cierta mística de la acción, cualidades que caracterizan a los niños desde la más temprana edad y que les guíen hasta la adolescencia (Brée, J., 1995)

Los medios de comunicación escritos pertenecen a una categoría que Van Raaij (1986) califica de medios de comunicación de ritmo interno; es decir, que el receptor va a poder controlar la rapidez de transmisión de la información. Puede girar las páginas y leer rápidamente o lentamente, según su voluntad; cuando él temporiza, permite una mayor cognitiva; con una gran velocidad de transformación, en cambio, la variable afectiva es la que va a predominar. Por el contrario, la televisión, el cine o la radio serán medios de comunicación de ritmo externo, porque el individuo va a tener que sufrir la cadencia de difusión del mensaje sin ninguna posibilidad de intervención. Esa posibilidad que se ofrece al niño de leerla a su ritmo, de releerla cuando y donde le parezca mejor, o de intercambiarla con los amigos, concede a los niños la posibilidad de establecer unas relaciones privilegiadas con las revistas. Kapferer (1985), llegará incluso a llamarla como el “medio amigo”.

El periódico (entendido como una publicación diaria o semanal destinada a la actualidad) es tradicionalmente el último medio por el que el niño se interesa. Su lectura verdades no comienza más que a los 12 años (Chebat, et al., 1978)

El radio igualmente interesa poco a los niños; se trata de un medio tradicionalmente reservado a los adolescentes. Pero a lo mejor ello proviene de una programación no adecuado a los infantes, pues esta demasiado centrada en una música juvenil. (Brée, J., 1995)

El cine, solo tiene un papel de poca importancia en la socialización del consumidor. Sabemos que los niños aprecian ese medio, pero la frecuentación del mismo, continúa siendo esporádica; además no existe prácticamente ningún estudio serio llevado a cabo sobre el tema en lo que concierne a los públicos de edad inferior a los 10 años. (Op Cit.)

Finalmente, la publicidad exterior, que es el tema que confiere a esta investigación, no hay al igual que el cine, estudios serios sobre este medio, ni mucho menos visto como un factor de la socialización del consumidor.

Hasta ahora se han revisado todos esos factores que intervienen en el niño para obtener herramientas y aptitudes sobre el consumo, ahora, en el siguiente apartado, se muestra una rama de la psicología que se ha dado a la tarea de investigar y desarrollar conocimiento teóricos para comprender y explicar las conductas económicas. (Quintanilla, I., 1997)

3.2.2 Psicología Económica

La psicología económica, es una ciencia relativamente nueva y ha sido poco desarrollada, la tarea de sistematizarla y darla a conocer a estado a cargo principalmente por Ismael Quintanilla en España y Marianela Denegri en Chile, aproximadamente en los años ochentas.

Marianela Denegri (2004) define a al psicología económica, como la ciencia que se preocupa del estudio del comportamiento económico, de las variables que inciden en la toma de decisiones económicas individuales y colectivas y las formas como las personas comprenden el mundo de la economía y sus variaciones. Según Lea y Tarpy (1987) un psicólogo economista es aquel que reconoce que el problema que está estudiando es tanto psicológico como económico y está preparado para utilizar tanto los métodos psicológicos como los económicos para investigarlo. Desde esta perspectiva, la psicología

económica tiene el doble objetivo de estudiar y analizar cómo la economía afecta el comportamiento de los individuos y cómo dicho comportamiento afecta a su vez a la economía.

Para la comprensión de la complejidad de la conducta económica, es necesario considerar una serie de elementos (Van Raaij, 1986; Theodoulus, 1996)

1. El comportamiento económico no tiene lugar en el vacío o separado de otros aspectos del comportamiento humano.
2. Las decisiones económicas involucran dinero, tiempo y esfuerzo para obtener bienes y servicios e involucran resolver la tensión entre ahorro v/s gasto. Cualquier conducta que involucre elecciones o transacciones entre gasto o inversión y que considere futuras ganancias y beneficios, es una decisión económica.
3. Los determinantes de las decisiones económicas incluyen factores personales, sociales, culturales, situacionales y también factores económicos generales que estimulan o inhiben la conducta.
4. Los factores personales son: características de personalidad del individuo, estilo de vida personal y familiar, normas y valores de su cultura, niveles de comprensión del mundo económico. Estos factores personales son a su vez influidos por la región de residencia, subcultura, grupo étnico y sexo.
5. Los factores sociales y culturales incluyen el estrato socioeconómico de pertenencia, las expectativas sociales y las características globales del sistema político y cultural en el que está inserto el individuo.
6. Los factores situacionales son las condiciones y circunstancias que normalmente limitan las decisiones económicas: ingreso disponible, tamaño de la familia, tipo de hogar, situaciones de mercado, existencia de ofertas.
7. Los factores económicos generales se relacionan con la percepción del estado económico del país, la valoración de la política económica y las señales concretas que proporciona el sistema económico: tasas de inflación e interés, tasas de cesantía, equidad de la distribución de ingreso y políticas económicas. Estos factores generales provocan

actitudes pesimistas u optimistas y generan expectativas que influyen en las decisiones de gastar, ahorrar o invertir.

8. Las decisiones económicas sirven de experiencias de aprendizaje que pueden influir en las próximas decisiones. Estas experiencias pueden ser directas o indirectas.

Las conductas económicas, son ante todo, conductas sociales. Son interacciones que se producen entre los agentes económicos en espacios colectivos y con una cultura determinada. La psicología económica se inscribe en el contexto de las ciencias sociales, con el fin de estudiar las mutuas y recíprocas relaciones (realidad de la interacción social), que se producen entre las estructuras generales (sistemas sociales más generales), desde las que operan los agentes económicos, y las conductas económicas de los seres humanos (las personas que interactúan) (Quintanilla, 1997).

Por otra parte, aunque no exista, por el momento, una teoría general integradora de las conductas económicas si que existen teorías sociales y más particularmente de la psicología social, que contribuyen y pueden contribuir en su desarrollo; entre estas teorías están: las teorías del intercambio, la teoría del interaccionismo simbólico y la teoría de las representaciones sociales.

La Psicología Económica desde la perspectiva de las Representaciones Sociales.

Principalmente en el contexto europeo, se viene incorporando el concepto de representación social para la investigación y explicación de las conductas económicas. En el congreso que se celebró en París en 1996 cuyo título general era “Psicología Económica y Representaciones Sociales”, invitaban a los investigadores del campo a valorar las potenciales contribuciones de las representaciones sociales para la investigación en psicología económica. Autores de diferentes países presentaron sus estudios y resultados, sobre temas del desempleo, la toma de decisiones, el desarrollo económico y el proceso de construcción de conceptos económicos, entre otros (Op Cit.)

Moscovici (1981) define las representaciones sociales como sistema de valores, ideas y prácticas con una doble función; primero la de establecer un orden que les permita a los individuos orientarse en su mundo social material dominarlo, y segundo, la de facilitar la comunicación entre los miembros de la comunidad, proporcionándoles un código para nombrar y clasificar los diversos aspectos de su mundo y su historia individual y grupal. (Moscovici, 1981; en Harré y Lamp, 1992).

Según Jodelet (1993, en Wauger y Elejabarrieta, 1994) , la representación social es una manera de interpretar y de pensar nuestra realidad cotidiana, una forma de conocimiento social. Ante todo concierne a la manera como nosotros, sujetos sociales, aprehendemos los acontecimientos de la vida diaria, las características de nuestro ambiente, las informaciones que en él circulan, a las personas de nuestro entorno próximo o lejano. En pocas palabras, el conocimiento de lo espontáneo, ingenuo que tanto interesa en la actualidad a las ciencias sociales, eso que habitualmente se denomina conocimiento de sentido común, o bien pensamiento natural, por oposición a pensamiento científico.

Van Raaij, Van Veldhoven y Wärneryd (1988) se refieren explícitamente a las representaciones sociales en psicología económica al tratar, entre otros temas, el desempleo. Comparando la teoría de la atribución con la de las representaciones sociales, escriben: “Mientras la teoría de la atribución concierne con la forma que las personas atribuyen las causas a los eventos que pertenecen a su experiencia, la teoría de las representaciones sociales trata de cómo los grupos o los individuos crean un mundo estable en el que a las conductas diversas, no-familiares o impredecibles se les da significado familiar y predecible”.

Efectivamente según Moscovici (ver Van Raaij, Van Veldhoven y Wärneryd, 1988) “Algunas personas piensan que los desempleados son vagos, desafortunados o incompetentes al buscar trabajo; otros los consideran las víctimas del devenir económico, de la injusticia social y de las contradicciones del sistema capitalista. Los primeros atribuyen la causa del desempleo al individuo, a su manera de afrontar el mundo y los últimos a la situación general,

a la afiliación de clase individual y a la forma en que el mundo los trata. Obviamente, esta divergencia se debe de modo conjunto a las representaciones sociales. Una representación de prioridad, bajo todas las circunstancias, a la responsabilidad social, al esfuerzo individual y a las soluciones individuales de los problemas de la sociedad; la otra lleva a una norma de conciencia de la injusticia social y la responsabilidad social, contemplando soluciones colectivas a problemas individuales”.

Ahora, se muestran los resultados de un estudio, donde fue utilizada la teoría de las representaciones sociales para analizar los resultados (Emler, Ohana y Dickinson, 2003).

Con esta investigación se trató de conocer la representación que tienen los niños acerca de la desigualdad de ingresos, fue desarrollada por una serie de trabajos donde interrogaban a niños de diferentes países (Gran Bretaña, Francia y Estados Unidos) y distintos orígenes sociales acerca de personas dedicadas a diferentes actividades (Dickinson 1987; Emler y Dickinson, 1995, Emler y Luce, 1986; Ohana, 1987). Y los resultados fueron los siguientes: a) a ninguna edad, en ninguna clase social ni en concomitancia con ninguna nacionalidad los niños consideraron que las diferencias de ingresos fueran injustas; b) las explicaciones para la diferencia de ingresos fueron muy semejantes a las justificaciones, muy pocos niños se refirieron a las fuerzas del mercado y ninguno a la competencia existente para determinados puestos de trabajo o al poder político que ejercen ciertos grupos laborales para negociar salarios; c) cuando se les pregunto ¿sería más justo si se les pagara lo mismo a todos?, apareció una clara división, especialmente en Escocia y Francia, y los niños de clase media mostraban una mayor resistencia a esta propuesta que los de clase trabajadora; d) respecto a la estimación de los ingresos por parte de los niños, en los tres países, los niños de clase media hacían una estimación de los ingresos distinta de la de los niños de clase trabajadora. En Gran Bretaña y Estados Unidos lo más llamativo fue el mayor grado de desigualdad en los ingresos que suponían los niños de clase media.

Y concluyeron entre otras cosas que, los niños nos aportan representaciones sociales, creencias configuradas por los grupos sociales a los que pertenecen.

Este serie de estudios indica que las diferencias de ingresos son sostenidas por mitos sociales distintos en Europa y en Estados Unidos (Emler, et al, 2003)

Hasta ahora se han expuesto diversas teorías y autores que han trabajado todo lo relacionado a los niños y el consumo, ahora en el siguiente apartado se va a exponer lo referente a la publicidad, ¿Qué influencias tiene la publicidad en los niños? Y ¿Qué comprenden los niños de la publicidad?, mediante estudios que han realizado diversos autores.

3.3 Niños y publicidad

Hablando de publicidad, Marshall McLuhan (1996), en su libro: *Comprender los medios de comunicación*, dice que: “Los anuncios pueden funcionar según el muy avanzado principio de que un pequeño perdigón, o patrón, en un redundante bombardeo repetitivo acabará imponiéndose. Los anuncios llevan el principio del ruido hasta la cumbre de la persuasión. Coinciden perfectamente con los procedimientos del lavado de cerebro. Tal vez la razón se debe al principio profundo de ataque inconsciente”. (p. 236).

Por lo tanto, los niños son una presa fácil para los anuncios, son fáciles de convencer y de atrapar y de “lavarles el cerebro”, ya que los niños no muestran gran capacidad para hacer críticas a lo que se les quiere mostrar, simplemente lo absorben y lo desean. (Brée, J. 1995)

La mayoría de los estudios realizados sobre niños y publicidad, se han enfocado principalmente en la publicidad por televisión, sin embargo al no encontrar ningún estudio que se relacione directamente con el tema de la publicidad exterior, en el siguiente apartado se muestran algunos resultados de estudios realizados principalmente en la comprensión de la publicidad por televisión, siendo de mucha utilidad para el análisis de los resultados de esta investigación, ya que esta publicidad la puede ver todo tipo de público y es parte de nuestra vida cotidiana.

3.3.1 Comprensión

A los niños la publicidad les gusta, esto es un hecho reconocido. Kapferer (1985) habla incluso del ritual publicitario para comparar la atención casi

maravillada que demuestran cuando están mirando una pantalla publicitaria, con la distracción de la que dan prueba con relación a muchas otras emisiones.

Algunos investigadores se han dedicado a estimar a partir de qué edad los niños eran capaces de distinguir un anuncio publicitario, por ejemplo en 1983 Amsallem, Roussel y Tong-Cuong realizaron un estudio con niños de edades comprendidas entre 5 y 11 años, presentándoles cuatro páginas extraídas de revistas; tres de ellas eran de publicidad y la cuarta un artículo en el que estaba insertada una fotografía de gran tamaño. Entre los 5 y 8 años, los porcentajes de reconocimiento se mantuvieron alrededor del 60%; súbitamente ascienden al 80% a los 9 años, hasta alcanzar el 100% a los 11 años. De las entrevistas que se realizaron después y que tenían como objetivo comprender las claves de desciframiento de los niños, se desprendió que para ellos el criterio de reconocimiento principal era: 1: una fotografía del producto que ocupaba una gran parte de la página; 2: y una ausencia casi total del texto.

Por su parte, Young (1986), estima por su parte que se equivocan los que quieren determinar una edad precisa en la que se pasaría de nada a todo y que resulta mucho más pertinente considerar la comprensión del lenguaje publicitario como un proceso que se repartiría en muchos años.

La capacidad de reconocer formalmente un anuncio publicitario no es una condición suficiente para que podamos hablar de comprensión de la comunicación publicitaria. Un niño que no es capaz de comprender que detrás de la publicidad se esconde un propósito persuasivo, ni siquiera informativo, tenderá a manifestar un grado de confianza elevado en el mensaje; por el contrario, un niño que es capaz de percibir esta voluntad subyacente, por su parte, demostrará a priori mayor escepticismo. (Brée, J. 1995)

Según muchos autores (Kapferer y Lyon, 1983); Roberts et al., 1980 Robertson y Rossiter, 1974 y 1976; Wackman et al., 1979; Ward, 1972; Ward y Walkman, 1973), la percepción de las intenciones de la publicidad tiende a aumentar directamente con la edad del niño; el estadio de desarrollo cognitivo, ajustado a la variación de la edad y nivel alcanzados en el curso escolar, es el determinante central de la comprensión de los anuncios de televisión. Según

ellos, entre los 8 y 11 años, aproximadamente, la mayoría de los niños está verdaderamente capacitada para tomar conciencia de los objetivos tanto informativos como persuasivos del discurso publicitario.

En un estudio llevado a cabo con 67 niños de 5 a 12 años Ward (1972) demostró que todos eran perfectamente capaces, tuvieran la edad que tuvieran, de identificar lo que era un anuncio publicitario. Los niños en edad preescolar manifestaban, no obstante, cierta confusión en cuanto a las opiniones que tenían sobre las relaciones que existían entre éstos y a realidad; al desconocer los objetivos perseguidos, no podían apoyarse de ninguna manera en las hipótesis correctas para sostener su razonamiento, incluso cuando éste era coherente, a los 8 años, las evaluaciones que se hacían ya variaban notablemente, pues en ese caso los niños eran capaces de decir que la finalidad perseguida era vender las cosas que se veían. A partir de los 10 años, finalmente, eran capaces de comentar la mayor parte de las técnicas que se empleaban para realizar los anuncios.

En otra investigación (Grabner, 1980), en la que tenían que dibujar espontáneamente sus publicidades preferidas así como las que les gustaba menos, los niños menores de 8 años habían escogido en el primer caso unos anuncios de cuyo guión no habían comprendido ciertos elementos, ni incluso la significación en algunos casos, pero que les divertían. Tan sólo a partir de la edad de 8 o 9 años empezaban verdaderamente a buscar la información contenida en el mensaje que habían seleccionado, a pesar de que seguían teniendo dificultades para asociar correctamente el guión con el producto (por otro lado, si los niños conseguían citar el producto cuando se les preguntaba, lo olvidaban casi sistemáticamente en sus dibujos espontáneos). Por encima de los 11 años, en cambio, estaba asimilando el hecho de que, ciertamente, el producto era el determinante principal de la publicidad, y el guión simplemente era un medio utilizado para hacer pasar el mensaje.

J. Brée en 1983, pregunto a los niños: ¿Qué es la publicidad?. Ante esta pregunta, algunos niños de 7 años son capaces de responder: ¡es para hacer comprar!, ¡Para que veamos cómo funciona!, ¡Son cosas nuevas que vemos en la televisión para que las compremos!, o también ¡Para que la gente opine!,

pero muchos se contentan con referirse a factores descriptivos: ¡Esta bien!, ¡A veces, me hace gracia! o ¡Algunos son muy largos!. A partir de los 8 años, en cambio, este tipo de respuestas se convierte en totalmente marginal; a veces empiezan, por el contrario, a estar orientadas en un sentido negativo, prefigurando así la actitud desfavorable que se convierte en la norma a partir de los 10 años: ¡La publicidad es cuando se presentan unos productos para que la gente crea que están bien para que los prueben!, ¡Unos artículos que son muy caros y que no valen nada!, ¡Cuando una tienda no consigue vender nada, hace que sus productos salgan en la tele!, ¡Quieren darnos ganas, pero sus productos no sirven para nada!.

Hamdi (1984), aunque reconoce igualmente el carácter fundamental del factor “edad”, insiste por su parte en el papel desempeñado por otras variables. En su opinión parece que la conciencia de las dos intenciones, informativa y persuasiva, está influida en primer lugar por determinantes como la personalidad del niño o factores relacionados con su aprendizaje o con su entorno social o cultural. Ella demuestra que, en el caso de la atribución de un propósito persuasivo, la comunicación entre padres e hijos es importante. A la inversa, las informaciones “perturbadoras” en el momento de la exposición a la televisión tienden a estar estrechamente relacionadas con la atribución de un propósito informativo.

Por último, el estudio más reciente sobre la comprensión de la publicidad es el realizado por la Dra. Kara Chan en el año 2000, y muestra la comprensión que tienen los niños de Hong Kong, a los anuncios de televisión.

Esta investigación, estudió a niños chinos para conocer que están entendiendo y comprendiendo de la publicidad de la televisión. Donde se entrevistaron a 448 niños, de primer a sexto grado de primaria. Los resultados indicaron que los niños entre 7 y 8 años están empezando a entender lo que es anunciar. Mas de un tercio de niños de 4 grado, entienden que los canales de televisión tienen publicidad por dinero. Por otro lado, la comprensión que tienen los niños de las marcas y los productos, se relacionó al desarrollo cognoscitivo de los niños y el estilo de la presentación del anuncio.

3.3.2 Influencia

Existen infinidad de estudios sobre el impacto que provoca la publicidad, estudios realizados en adultos y en niños. Por lo tanto en este apartado, se va a conceptualizar lo que es el impacto de la publicidad, como se produce y hacia donde se conduce, así como también se van a mostrar algunos de los estudios que se han realizado.

Como ya sabemos, la publicidad provoca un impacto importante sobre el público, por lo tanto es necesario que se plantee en qué sentido lo hace y hacia dónde la conduce. Por lo tanto es necesario definir lo que es la publicidad:

La publicidad es promocionar algún producto de manera constante, o permanente para influir en la toma de decisiones de la personas al comprar cierto producto. Se define como un término utilizado para referirse a cualquier anuncio destinado al público y cuyo objetivo es promover la venta de bienes y servicios. La publicidad está dirigida a grandes grupos humanos, a desempleados, amas de casa, ejecutivos, payasos, niños, turistas, psicólogos, los amargados, etc....

Los dos objetivos básicos de la publicidad son informar persuadir, ambos se encuentran presentes simultáneamente. Frecuentemente, sin embargo, la publicidad se usa no simplemente para informar sino para persuadir y motivar, para convencer a que la gente actúe de cierto modo: mediante la adquisición de ciertos productos o servicios, el patrocinio de ciertas instituciones, etc. (Belaunzaran, 2005)

La publicidad provoca un impacto importante sobre el público. La información y la persuasión se trenzan de tal manera que los receptores asumen como propias una serie de prioridades y gustos que le vienen dados a través de la publicidad. Esta influencia no es buena ni mala en sí misma, pero puede provocar efectos positivos o negativos en la sociedad, dependiendo de cómo se utilice. Por ejemplo el reciente debate inglés que esta tratando de prohibir la publicación de imágenes de modelos femeninas excesivamente delgadas, ya que se presume que esta moda haya sido una de las causas del alarmante

aumento de la anorexia entre las adolescentes, deseosas de adecuarse a ese prototipo de belleza. (Pastore, 2000)

Semiótica de la publicidad

La semiótica contribuye brindando herramientas para construir significados en la publicidad. La imagen se caracteriza por ser polisémica, es decir, por evocar diferentes significados según el perceptor, por lo que se utiliza el texto o la voz para fijar el grado de significación pretendido por el anuncio. (Recalde, 1997)

Según la semiótica, la publicidad posee varias funciones:

Función Enfática: “Hace la diferencia con otras publicidades, engloba la originalidad con la idea de generar alguna diferencia positiva del producto que está anunciando” (Op cit)

Función Predicativa: “Dice algo sobre el producto, características y atributos” (Op cit)

Función Implicativa: “Tiene como objetivo atrapar al preceptor” (Op Cit)

El mensaje publicitario puede ser analizado, gracias a la semiótica, en dos niveles, el denotativo y el connotativo. El primer nivel, es el que se ve a simple vista y proporciona la base para el mensaje connotativo. Se puede apreciar a simple vista de qué tipo de publicidad se trata. Y el nivel connotativo, es el que se deduce o se infiere. El mensaje no es evidente y depende del mensaje denotativo. Da un concepto y carga de valores al producto; en este plano puede estar incluido el mensaje subliminal. Es un mensaje sumamente abstracto, cumple la función de cargar de valores al objeto y crear una disposición favorable sobre el producto publicitado. (Op Cit)

También hay cuatro niveles de códigos visuales: *cromático* (se refiere a la utilización de colores), *tipográfico* (el tipo de letra o fuente), *sistema de representación* (se refiere a las técnicas que utilizan la fotografía y el dibujo para resaltar el objeto por medio de la manipulación de la escala) y el *morfológico* (la construcción de la imagen publicitaria por medio de la ubicación de los diferentes objetos para destacar las superficies que contienen información).

Una forma de influencia de la publicidad es lo subliminal, lo cual se refiere a un mensaje que puede penetrar en la mente de una persona, sin que ésta tenga conciencia de ello. Como indica la raíz etimológica latina de la palabra subliminal (Sub: debajo; limen: umbral) es decir debajo del umbral, se trata de un mensaje destinado a llegar al oyente justo por debajo del umbral de la conciencia. “No solo constituye imágenes y/o símbolos ocultos; <subliminal es toda percepción que capta el subconsciente, sin pasar por el consciente>. Semejante mensaje escapa al oído, a los ojos, a los sentidos externos y penetra en el subconsciente profundo del oyente, el cual está completamente sin defensa en contra de esta forma de agresión. Los mensajes subliminales se encuentran con mayor frecuencia en la música y en la publicidad. (Tinoco, 1998)

Dice M. Tinoco que: Los mensajes subliminales pueden llegar por diferentes canales: visuales o auditivos. Aunque puede parecer que los visuales pueden ejercer una mayor influencia que los auditivos, es lo contrario, debido a las pruebas que se llevaron a cabo, se demostró que los subliminales sonoros son más importantes.

Los mensajes subliminales llegan a las personas por canales tanto visuales como auditivos. Los medios masivos de comunicación son los canales con mayor influencia, ya que promueven e incrementan el consumo de todo tipo de recursos. Por ejemplo, “se calcula que un joven al cumplir 21 años ya habrá visto unos doscientos cincuenta mil anuncios por televisión”. (Tinoco, 1998)

Hoy en día poderosas empresas invierten y determinan el contenido de los programas de televisión. Muchas industrias se han adueñado de numerosas películas y telenovelas en los que, mediante un pago, se incluyen visualmente las marcas de sus productos. Así, los anuncios dejan de ser tales y se incrustan en el contenido mismo de la trama, o se disfrazan como notas informativas o reportajes.

Por supuesto, los ingresos que reciben los medios por la publicidad son muy altos. Se ha calculado que los anuncios proporcionan cerca de 75% de los ingresos de los periódicos, alrededor del 80% en diversas revistas y en 100%

en algunos medios radiofónicos. En algunos países, la radio y la televisión comercial reciben de los anunciantes entre el 99% y 97% de sus ingresos. Por ello, no es de extrañar que muchos investigadores hayan señalado que los medios de comunicación ya no funcionan primariamente como productores de mensajes, sino como transmisiones de comerciales. (Elena, 2003)

Esta situación provoca daños incalculables a la salud pública y la salud mental y, por supuesto, al sano desarrollo de las facultades humanas, por ejemplo, los anuncios de televisión, con cortes cada dos o cada cinco minutos, que hacen de los programas y películas un proceso enloquecedor. Las personas pierden su capacidad de atención, se muestran incapaces de concentrarse y más tarde resienten estados de angustia, irritabilidad e impaciencia, lo que deteriora su vida y sus relaciones familiares. (Tinoco, 1998)

En la radio pueden emitirse hasta 40 minutos de anuncios por hora de emisión; las ediciones dominicales de algunos periódicos incluyen páginas completas de anuncios, y la mayoría de las revistas dedicadas a mujeres pueden contener hasta tres cuartas partes de las páginas sólo de anuncios. (Elena, 2003)

El tipo de publicidad que interesa en este estudio es la publicidad exterior, ya que dicha investigación se realizó con diferentes imágenes, letreros y anuncios callejeros, por lo tanto es necesario hablar mas específicamente de ella.

La publicidad exterior como medio publicitario

El contrapunto a la publicidad en prensa viene dado, dentro de los medios impresos, por una buena parte de la publicidad en el medio exterior, concretamente, por cabinas telefónicas y marquesinas y otros elementos en las paradas de los autobuses.

La publicidad impresa en el medio exterior tiene que estar cuidadosamente diseñada para que pueda ser vista y percibido su mensaje publicitario en un instante, que es lo que él público va a dedicar al anuncio. Un titular muy llamativo; una ilustración clara y atractiva y poco más es lo que admite este

medio. Todo aquello que sobrepase este breve y conciso contenido está destinado a pasar por desapercibido, y a perjudicar al resto de los elementos, puesto que, al restar claridad al pasar por desapercibido, y a perjudicar al resto de los elementos, puesto que, al restar claridad al mensaje, el público puede dejar de prestar esa mínima atención que necesita para percibir el anuncio. (Belaunzaran, 2005)

La publicidad exterior es objeto de controversia y muchas veces la víctima de limitaciones cuya necesidad no parece muy clara. Hay dos posturas contrapuestas acerca de la conveniencia de esta publicidad. Por una parte, están los que opinan que estos anuncios son útiles y decoran las ciudades. En contra de esta posición está la de los que opinan que los anuncios y vallas son molestas e incluso peligrosas por su repercusión negativa en los conductores y que, por lo tanto, deberían desaparecer, si no del todo, al menos en su mayor parte.

Las características principales de la publicidad exterior son: (Pastore, 2000)

Selectividad Geográfica: Las vallas, letreros y los muros, poseen una elevada selectividad geográfica, al poderse colocar en cualquier lugar que interese al anunciante, incluso en determinados puntos específicos de la ciudad.

Alcance y Repetición: Las vallas, letreros y los muros pueden ser vistas por un elevado número de personas, al mismo tiempo que pueden observarse repetidas veces, ya sea como consecuencia de pasar varias veces por un lugar determinado, o bien por circular por diversos sitios con la misma publicidad.

Importancia de la colocación: La colocación de los letreros es muy importante para su eficacia como soporte publicitario

Capacidad de Atención: Algunos tipos de letreros, principalmente aquellos que tienen grandes dimensiones, fuera de las indicadas como habituales, pueden despertar con facilidad la atención del público, lo que les hace ser un soporte de gran interés.

Brevidad del mensaje: Debido a que deben ser captados en escasos segundos. Este aspecto es todavía más exigente para aquellos letreros que puedan ser preferentemente observados desde vehículos en movimiento.

Posibilidad de ser inutilizados: Los letreros, pueden en ocasiones ser destruidos, lo que conducirá a su anulación como soporte publicitario.

Técnicas de persuasión (Belaunzaran, 2005)

Aunque los expertos siempre buscan nuevas técnicas de venta, siguen utilizando de un modo preferente los métodos que, a lo largo de los años, han resultado más eficaces. Ante todo se trata de ofrecer mayores niveles de compra, un trabajo menor, seguridad ante problemas de salud o edad, popularidad y prestigio personal, el respeto de los demás, mayores comodidades y mejoras sociales en general. La publicidad moderna no sólo subraya las ventajas del producto, sino también los beneficios que al adquirirlo obtendrán los consumidores. Así pues el publicitario no vende cosméticos, sino que brinda belleza, atractivo e ilusión. Para atraer al potencial comprador de un automóvil, el vendedor no sólo realzará las características mecánicas del vehículo, sino también la comodidad, la seguridad y el prestigio que ese modelo proporcionará al comprador. Las múltiples técnicas de persuasión dependen del ingenio de su artífice y sólo están limitadas por los medios de comunicación, algunas restricciones legales y el código deontológico elaborado al efecto por las propias agencias de publicidad. Una de las técnicas elementales, utilizadas desde la aparición de la publicidad, se basa en la repetición del mensaje. Por lo general, el publicitario intentará captar la atención del cliente potencial repitiendo sus anuncios. Es frecuente encontrar el mismo anuncio que se puede ver o escuchar en la televisión y la radio, en los periódicos y revistas, tanto locales como nacionales e internacionales.

Otro instrumento fundamental que ayuda a aumentar las ventas son las marcas registradas. Los productores gastan enormes sumas de dinero en crear y consolidar sus marcas como garantía de fiabilidad y valor. Una marca registrada carecerá de sentido si el productor no garantiza una alta calidad de sus productos. Cuando el consumidor confía en un sello comercial, se puede

considerar que éste es, en sí mismo, un anuncio publicitario más, en tanto en cuanto es un medio de garantizar al consumidor que el producto goza de garantías de calidad.

El precio es quizá uno de los mejores anuncios publicitarios, por lo que en determinadas estaciones o con motivo de una promoción especial es frecuente el uso de palabras como rebaja y oferta. Además de estos descuentos suelen hacerse ofertas del tipo “mucho por poco” o “compre uno, llévese dos”, “prueba gratuita” o “pruébelo a mitad de precio”. También se fomentan las ventas brindando a los compradores facilidades de pago.

La publicidad actual reúne multitud de técnicas de persuasión. Entre estas destacan los anuncios televisivos o radiofónicos, la utilización de tintas perfumadas, productos anunciados por figuras famosas, comunicaciones dirigidas a los padres para que proporcionen a sus hijos una vida mejor y les aseguren un mejor futuro, reclamos dirigidos a los hijos para que “pidan a mamá” que compren determinados cereales para el desayuno, así como la controvertida utilización del miedo. Dado que el miedo es una de las principales debilidades humanas, se suele utilizar en publicidad, a veces de modo encubierto y otras en un lenguaje visual muy explícito. El miedo a la pobreza, a la enfermedad, a la pérdida del rango social, o a sufrir una desgracia, logra a veces que las personas adquieran productos concretos, ya sea un seguro de vida, un extintor, cosméticos y cremas anti-arrugas o compuestos vitamínicos.

El gran alcance de los mensajes en la sociedad de difusión ha incrementado la preocupación general en torno a su influencia, como moldeadores de la conducta y conciencia humana, por lo que se ha impuesto normas o leyes al debido regulamiento de estos, por ejemplo, los diversos anuncios publicitarios deben seguir ciertas características: a) en todo mensaje publicitario la imagen del producto es imprescindible, b) el mensaje se ordena sobre un solo plano y c) el lenguaje debe ser el adecuado.

En la publicidad no existe nada especialmente bueno o malo. Es un instrumento que puede ser usado tanto bien como mal, con resultados

benéficos, pero también puede, y con frecuencia consigue, tener un impacto prejudicial sobre individuos y sociedades.

La *Communio et Progressio* (En: Pontificia Comisión para los Medios de Comunicación Social, 1971) contiene esta breve declaración del problema: *“si la publicidad presenta al público unos artículos perjudiciales o totalmente inútiles, si se hacen promesas falsas en los productos que se venden, si se fomentan las inclinaciones inferiores del hombre, los difusores de tal publicidad causan un daño a la sociedad humana y terminan por perder la confianza y autoridad. Se daña a la familia y a la sociedad, cuando se crean falsas necesidades, cuando continuamente se les incita a adquirir bienes de lujo cuya adquisición puede impedir que atiendan a las necesidades realmente fundamentales. Por lo cual, los anunciantes deben establecerse sus propios límites de manera que la publicidad no hiera la dignidad humana ni dañe a la comunidad. Ante todo debe evitarse la publicidad que sin recato explota los instintos sexuales buscando lucro o, que de tal manera afecta al subconsciente, que se ponen en peligro la libertad misma de los compradores”*.

Gracias a una mala representación, la publicidad puede traicionar su papel como fuente de información, así como también si oculta hechos importantes. También la presión ejercida por los publicitarios hacia los medios puede desnaturalizar su función de informar. (Veracochea, 1997)

También puede darse una influencia perjudicial de la publicidad sobre la cultura y los valores culturales. Como así también la publicidad puede causar perjuicios económicos a las naciones en desarrollo, ya que fomenta el consumismo, produce un grave cultural al propagar anuncios que tiene como contenido fundamental características propias del primer mundo (Packard, 1989). *“La indirecta, pero poderosa, influencia ejercida por la publicidad sobre los medios de comunicación social que dependen económicamente de éste, produce otra clase de preocupación cultural.... En la lucha por atraer la mejor y más grande audiencia y ponerla a disposición de los publicitarios, los comunicadores se pueden encontrar tentados, de hecho presionados, sutilmente o no tan sutilmente, a dejar de lado las normas artísticas y morales y a caer en la superficialidad, el mas gusto y la miseria moral”*. (Op cit, 1989)

Publicidad dirigida a niños “Futura Estrategia” (Belaunzaran, 2005)

Actualmente, los niños son también considerados como clientes, compradores y consumidores. Es por ello que se ha desarrollado un marketing integrado, total, destinado a informar, persuadir, vender y satisfacer a los niños como clientes.

Estudios de mercado, realizados recientemente, se calcula que se invierte de más de 1,000 millones de dólares por año para hacer llegar mensajes a los niños (publicidad, promoción, difusión y embalajes), los que a su vez están respaldados por otros millones invertidos en estudios de comercialización.

Sociológicamente, existe una explicación parcial al estatus económico de los niños, partiendo con muchas suposiciones y sin un orden particular.

Menos niños por padre: Reducción del número de hijos, debido a las preocupaciones de los padres de los 70. en los 80 un solo hijo era suficiente. Debido a esto, existía la capacidad y el deseo de entregarles lo que fuese la petición del niño.

Menos padres por niño: Debido a las separaciones matrimoniales y de madres que no se casan, han originado un gran número de familiar con un solo progenitor. Por esto, el niño debe adoptar roles que en un principio eran del cónyuge ausente, como por ejemplo realizar comprar, preparar la comida, alimentar a los animales, limpiar la casa, etc. como consecuencia de esto, el niño maneja más dinero.

Postergar el tener hijos: esto es debido a que les asigna mayor importancia a la carrera o profesión de los cónyuges, además el deseo de ahorrar, induce a muchos a postergar la maternidad o paternidad. La expectativa hace que se valore más al hijo; esto junto al aumento de la capacidad financiera, permite que los padres demuestren con hechos esa valoración destinada a los niños.

Familias de doble ingreso: Cuando ambos cónyuges trabajan, tienen más dinero para gastar en sus hijos pero a la vez poseen menos tiempo para ellos. Por este motivo se sienten culpables y usan sus ingresos para comprarles y

darles más cosas. Estas circunstancias requieren que los niños cumplan el rol de consumidores con más frecuencia y probablemente a una edad más temprana.

El resultado de todas estas variables es un niño consciente de su dinero, más confiado en sí mismo y más maduro para el mercado, conociéndolo mucho mejor que niños de otras décadas, transformándose en un hecho conocido tanto por lo padres, como por lo vendedores.

Además de los padres, como agentes socializadores, están los comerciantes, que cumplen un papel importante en la integración del consumidor, y su influencia sigue creciendo a medida que los padres tienen menos tiempo, y los vendedores más interés. Los padres enseñan a sus hijos algunos pormenores, los pro y los contra, las consecuencias de ser un consumidor; pero el comerciante los atiende todo el tiempo.

¿Por qué es relevante la publicidad dirigida a los niños?

El tema de los niños como consumidores es relevante para la publicidad, debido a que son un sector importante de la población, además son mucho más persuasibles que los adultos, (hablando entre los 4 y 12 años), ya que están en un desarrollo social, donde se involucra en la sociedad y en la cultura.

Por otro lado son consumidores compulsivos, esto quiere decir que no lo piensan dos veces antes de comprar un producto o consumir algún servicio. También existe una influencia de grupo, donde el niño se deja influenciar por sus pares (socialización).

En la actualidad, el hecho de consumir se ha convertido en un acto social con plano derecho, así como el hecho de ejercer la ciudadanía. Al principio, las oportunidades de consumo de los niños están muy limitadas, y ello proviene ciertamente de sus posibilidades cognitivas y su nivel de desarrollo intelectual, pero también de un universo cuyos centro de interés son, en definitiva, poco numerosos, pero así como de sus capacidades económicas especialmente escasas.

Se puede decir, además que los medios de comunicación utilizados para difundir publicidad para los niños no son los mismos de hace cincuenta años. Antes de difundían boletines para niños, también existían más revistas destinadas para ellos que en la actualidad y más programas de radio.

Todos o la mayoría de los medios han sido opacados por la televisión, donde podemos encontrar canales especialmente creados para los más pequeños o por lo menos una porción parcial de ellos; además del tiempo normalmente dedicados a ellos, existe una tendencia a llevar los programas que atraen a los niños hacia el horario preferencia. Con esto aumentan los espacios comerciales destinados a este grupo. Y esto ha atraído a un gran número de anunciantes a los programas infantiles.

¿Cómo hacer publicidad dirigida a los niños?

Dice Belaunzaran, (2005) Esta depende de la buena recepción previa de los estímulos utilizados. Una mala transmisión de los datos se puede deber principalmente a la mediocridad de la información o a una intensidad demasiado baja de estímulos. Una característica importante del pensamiento infantil es sin duda su egocentrismo, en donde la conciencia sólo conoce objetos singulares sin interacción de unos con otros. El niño hará parcialmente, hasta los 6 o 7 años, la diferencia entre él y su entorno. Estas manifestaciones son para el niño una fuerte desventaja, puesto que transforman la percepción de los estímulos que le llegan en un fenómeno esencialmente sincrético.

Para poder persuadir a los niños, el profesional debe recurrir a todos los recursos publicitarios, siendo los colores, personajes de dibujos animados e imágenes, las que logran despertar la imaginación y creatividad del pequeño consumidor.

También se necesita una propuesta clara y actual (acorde a los niños de hoy), debido a que el ambiente en que se desarrollan hoy en día los niños, no es el mismo de hace 50 años, y esto evidentemente influye en las actitudes de consumo, pero puede producirse una cadena de acontecimientos como se puede observar en el siguiente modelo expuesto por Belaunzaran (2005):

Perfil de consumidor: se edad fluctúa entre los 4 a 12 años, de acuerdo a deseos e intereses; con una personalidad en desarrollo internalizando la cultura con una gran actividad consumista, constituyendo el fundamento para la personalidad del niño. Además, nuestro consumidor es altamente persuasible, sin un criterio adecuado para afrontar la publicidad expuesta, cuentan con un gran nivel de persuasión hacia sus padres destinada a conseguir el producto en cuestión. También a su vez, son influenciados por su grupo de pares.

Tipos de campañas creadas para niños: existen una variedad de temas tratados por televisión, utilizando la publicidad para llegar a su grupo objetivo. Debido a que son los niños los que pasan una mayor parte del día, se han creado campañas con el fin de crear una conciencia temprana de lo que es el mundo de los grandes.

Se han creado muchas campañas, pudiendo dividirlas en dos grupos: las educativas y las de consumo. Por parte de las educativas están las campañas que evitan el consumo de drogas por parte de menores, las campañas referentes a la delincuencia, las campañas medioambientales y las de violencia familiar. Entre las campañas de consumo podemos mencionar las alimenticias (golosinas, alimentos chatarra, sabores llamativos, alimentos con figuras, etc.), las de juguetes, entretenimientos y tiendas entre otras.

Las campañas de prevención del consumo de drogas, no están directamente orientadas a los niños, desperdiciando la oportunidad de persuadirlo desde pequeño al no consumo.

Las campañas de delincuencia, muestran cómo evitar al delincuente, no a la delincuencia. Faltan propagandas donde muestren los variados métodos de cómo evitar la delincuencia, como lo es el deporte, el estudio y la familia.

Las campañas medioambientales son muy pocas y paulatinas; además de referirse sólo al ambiente ecológico deberían también tornarse a las relaciones con el medio, con las personas que lo forman; relaciones de respeto mutuo, no importando edad, condición económica ni educación.

En general las campañas de violencia familiar se dirigen muy poco al niño, mostrándole una situación frustrante en donde a través del sufrimiento se suceden acontecimientos de violencia. No le explican lo que él puede y debe hacer ni le da a entender que merecen respeto, tanto por parte de los demás como de él mismo y demostrándole que hablando también se pueden cambiar las realidades.

Las campañas destinadas a promover el consumo, se orientan en una gran mayoría a la moda de ciertos productos de la televisión, como programas, dibujos animados, etc.

Conducta futura de los niños, conducta futura de los padres

Este modelo indica que una campaña produce actitudes y conductas entre una audiencia de niños. Las actitudes son con respecto al producto, la marca, el vendedor, el anuncio y la publicidad en general. La conducta puede ser más extensa y derivar del complejo de actitudes.

La conducta puede adoptar tres formas:

- Conducta con respecto del producto.
- Conducta con respecto de los padres (intento de influenciarlos para que compren el producto anunciado o para que provean los fondos necesarios).
- Influencia de los pares.

La influencia de los padres de cómo resultado una conducta sobre ellos. Los padres, a su vez, toman actitudes basadas en esas posibles conductas, con respecto al producto, la marca, el productor, el vendedor, el aviso y la publicidad.

Por último, las actitudes resultantes de los niños y la de los padres interactúan y producen el agrado o el desagrado de productos, marcas, vendedores, publicidad, lo que más tarde determinará la conducta que adoptarán los niños y/o los padres respecto de dicho objetos. Los agrados y desagradados a menudo se atribuyen a preferencias y lealtad (marcas, negocios, tipos de productos). Los agrados se vuelven también parte del conjunto evocado por hijos y padres,

las dos o tres marcas vienen a la memoria cuando se contempla la compra de un producto.

El modelo sugiere los posibles resultados de la publicidad que favorecen a los comerciantes que enfocan a los niños como cualquiera de los tres mercados. Como mercado primario, la publicidad puede generar una compra y actitudes favorables. Como mercado de influencia la publicidad puede hacer que el niño informe y persuade al padre. Como mercado de futuro, la publicidad produce agrado y otras actitudes favorables que pueden motivar una conducta respecto del producto en un momento posterior.

Este modelo se divide en tres etapas. En la primera, la publicidad induce a los niños a comprar productos y/o a lograr que los padres hagan sus compras. En la segunda etapa, los padres consideran el producto por recomendación de los hijos. En la tercera, las actitudes del niño y de los padres que han sido inducidas por la publicidad y la conducta de compra determinan su futura conducta con respecto a los productos de comunicación. El modelo demuestra, sin ir más allá, los posibles efectos de la publicidad si se la realiza en forma adecuada.

Como existen tantas empresas tratando de persuadir a los niños, para que a su vez ellos persuadan a sus padres, los niños no pueden procesar tantos mensajes, ni lo harán. Evidentemente se necesitan otras herramientas de comunicación. La promoción de ventas mediante cupones y premios sin duda estimulan la acción de compra.

Los niños como consumidores son compulsivos y les atrae visualmente figuras alusivas a dibujos animados, personajes televisivos, etc. Son muchas las cosas que les atraen a los pequeños, como por ejemplo que les regalen objetos tales como peluches o figuritas coleccionables. Ellos ejercen sobre sus padres una gran influencia el momento de comprar cualquier tipo de productos que se ofrecen en el mercado, llegando en algunos casos con un alto precio; a su vez, los padres están dispuestos a comprarles lo que sea en retribución al tiempo que no les dedican por diversas razones.

Por lo tanto, existen dos tipos de campañas publicitarias destinadas al público infantil, las diversas problemáticas referentes al grupo demarcado por la edad y la segunda está dirigida lisa y llanamente a la acción del consumo.

Estudios relacionados con la influencia de la publicidad en niños.

Muchos estudios indican una evolución muy clara de las reacciones de los niños respecto a la creencia de la publicidad. Los más pequeños, que no perciben intenciones persuasivas de la publicidad, tienen más tendencia a confiar en los mensajes, mientras que al crecer empiezan a desconfiar de ellos y a creer cada vez menos que la publicidad dice sistemáticamente la verdad (Blatt et al, 1972).

Ward y sus colegas (1977), por ejemplo, pusieron de manifiesto que a los 5 años más del 50% creían en todo lo que la publicidad les decía, mientras que esa cifra se convertía en casi nula a los 12 años. Asimismo, Rossiter y Robertson (1974), obtuvieron un porcentaje que rondaba los dos tercios a los 6 años, frente al 10%, solamente, al cabo de cuatro años.

El estudio de CRIOC (1983) va igualmente en ese sentido; según el mismo, la mayoría de los niños creen “a veces” lo que dice la publicidad (71.6%) o “siempre” (12.1%). Sobre ese último punto, la edad era un factor particularmente decisivo, puesto que el porcentaje era del 20,9% a los 7-8 años y caía al 3,7% a los 10 años.

En 1999, Jonathan Villasmil en Caracas Venezuela realizó un estudio sobre la Influencia de los programas de televisión en niños y adolescentes, y concluyó diciendo: *“En realidad los Medios de Comunicación no tienen un cien por ciento de la responsabilidad en cuanto a las atribuciones que se les hacen, con relación al comportamiento manifestado por los niños y adolescentes, ya que en este sentido es muy importante la educación que puedan proveer los padres y representantes en el momento de estar observando el programa. En la actualidad estamos viviendo en un país violento con una guerra civil, que se vive mayormente en los barrios cada fin de semana, son unas estadísticas alarmantes de muertos transmitidos por los medios de comunicación como*

podrían ser: la radio, la televisión, la prensa, entre otros. Sin embargo, estos medios, no solamente traen noticias malas, también contribuyen con la educación del individuo, porque nos permiten conocer cual es el mundo que nos rodea, ha permitido también que se establezcan con mayor rapidez las relaciones entre los países, a realizar negociaciones a través de la comunicación, entre otros beneficios para el desarrollo de un país, así como el desarrollo personal. En definitiva, existe un factor muy importante para que esta comunicación a través de los medios no sea tan violenta, y es la orientación que deben de dar los padres y representantes a sus hijos, ya que ellos lo que van a dar información de cuál es la situación del país o del mundo entero, es responsabilidad de la persona mayor de ayudar al menor a dirigir esa información y no copiar lo negativo como modelo para su formación”.

Como se puede observar, los estudios que se presentaron sobre la relación de la publicidad y los niños, en su mayoría están dirigidos a mostrar que a publicidad es la que influye en los niños, los niños se muestran como unos sujetos pasivos hacia el mundo exterior, absorbiendo la información para luego procesarla y dar una explicación, como se muestra en los resultados de este trabajo.

Hasta ahora se han analizado, diversos referentes teóricos que sustentan esta investigación y van a ayudar a dar una explicación a los resultados que se encontraron. Para llegar a los resultados, se siguió una metodología que se describe sistemáticamente en el siguiente capítulo.

IV. METODOLOGIA

Al vivir en sociedad, los niños están directamente en contacto con algunas actividades económicas y demuestran gran interés por ellas. Las actividades socioeconómicas son tan cotidianas y tan de suma importancia para vivir, que nos interesa comprender y analizar las opiniones y explicaciones que tienen los niños sobre los letreros, imágenes y anuncios relacionados con intercambios económicos, para intentar comprender como los niños van construyendo el conocimiento del mundo social en que vivimos a partir de la información que recibimos. Así mismo, sabemos por estudios anteriores que el niño va recibiendo lentamente la información sobre como se organiza la sociedad, y la ordena de acuerdo a su nivel cognitivo en las diferentes edades, ésta información proviene de distintos agentes socializadores (Diez- Martínez, et al, 1997) como los padres, familiares, otras personas, sus pares, temas escolares, experiencia que tienen al respecto y los medios de comunicación.

Por lo tanto para cumplir el objetivo de ésta investigación se tomaron 18 fotografías al azar, de letreros, imágenes y anuncios relacionados con intercambios económicos, que se encuentran en espacios públicos; y con ayuda de éstas, se mostraron y entrevistaron a un total de 60 niños, divididos en tres grupos de edad y dos contextos socioeconómicos.

4.1 Sujetos de muestra

La muestra utilizada estuvo compuesta de la siguiente manera:

	Escuela Pública (Zona Rural)	Escuela Privada (Zona Urbana)
2° grado primaria	10	10
4° grado primaria	10	10
6° grado primaria	10	10
Total por contextos	30	30
Total		N= 60

Tabla 1 Sujetos de muestra

El estudio fue realizado con alumnos de dos escuelas y procedentes de contextos socioeconómicos diferentes:

4.1.1 Escuela en Zona Urbana

Escuela particular, ubicada en la ciudad de Querétaro. Querétaro de Arteaga, cuenta con 536,000 habitantes aproximadamente. Su principal actividad económica se lleva a cabo en el sector industrial, ya que la ciudad cuenta con grandes parques industriales donde se puede encontrar la industria automotriz, fabricación de maquinaria y la industria alimentaria (empacadora de productos lácteos, empacadoras de frutas y legumbres y alimento para animales) entre otras. (Enciclopedia Microsoft Encarta, 2004)

La escuela donde se realizó dicho estudio, cuenta con canchas de básquetbol, voleibol, fútbol rápido y atletismo. También tiene biblioteca, laboratorios, auditorio, sala audiovisual, sala de computo y amplias áreas verdes.

Actualmente es mixta y cuenta con Montessori, Primaria, Secundaria y Preparatoria. En Primaria donde se realizó el estudio hay 12 grupos, dos de cada grado y cada grupo tiene aproximadamente 30 alumnos. Entre sus actividades académicas, los alumnos toman clases de inglés, clases de computación, educación artística y educación física.



Foto 1 Muestra las instalaciones de la escuela donde se realizaron las entrevistas del Contexto Urbano

4.1.2 Escuela en Zona Rural

Escuela primaria del sector público, ubicada en la población de Santa Rosa Jáuregui, cabecera delegacional del municipio de Querétaro, aproximadamente a 20 Km. del centro de la ciudad y cuenta con 14, 700 habitantes. Esta

comunidad esta pasando actualmente por una transformación de lo rural a lo urbano, ya que la población se esta incorporando a nuevas prácticas económicas ya no solo relacionadas con actividades agrarias; sino a actividades del sector industrial, comercial y de servicios.



Foto 2 Muestra las calles de la población donde esta ubicada la escuela y se realizaron las entrevistas del contexto rural

La escuela primaria donde se realizó el estudio, tiene cancha de fútbol, canchas de básquetbol y voleibol; así como también biblioteca y sala de cómputo. Cuenta con espaciosas áreas de recreación, siendo la mayoría de tierra y arena. Es una escuela mixta donde los alumnos toman clases de inglés, de computación, de educación física y educación artística.



Foto 3 Muestra las instalaciones de la escuela donde se realizaron las entrevistas del contexto Rural

4.1.3 Edades y sexos

En la siguiente tabla, se muestra las edades y el sexo de los niños entrevistados, por grado y por contexto social:

Segundo Grado				Cuarto Grado				Sexto Grado			
Z. Urbana (n=10)		Z. rural (n=10)		Z. Urbana (n=10)		Z. rural (n=10)		Z. Urbana (n=10)		Z. rural (n=10)	
Edad	Sexo	Edad	Sexo	Edad	Sexo	Edad	Sexo	Edad	Sexo	Edad	Sexo
8.5	M	8.7	F	10.5	M	8.10	F	12.7	M	13.2	M
8.5	F	8.3	M	10.5	M	9.7	M	12.7	F	12.3	F
8.5	M	7.11	M	10.4	M	9.11	F	11.10	M	13.6	M
8.3	F	7.6	M	10.11	M	10.3	M	12	F	13.4	M
8.1	M	8.5	F	10.8	F	11.2	F	13.4	M	12.1	M
8.1	F	8.7	F	10	F	10.8	F	11.10	M	12.8	F
8.5	M	8.9	M	10.2	F	9.7	M	12.2	F	13.4	F
8.7	F	8.11	M	9.11	F	9.10	F	12.8	M	12.5	F
8.7	F	9	F	10.5	F	10.1	M	12.4	F	11.11	F
8.7	M	8.1	F	10.7	M	10.7	M	11.10	F	12.5	M
Media=8.38		Media= 8.39		Media= 10.38		Media= 10.05		Media= 12.31		Media= 12.7	

Tabla 2 Muestra las edades y el sexo de cada uno de los 60 entrevistados, así como la media de su edad.

4.1.4 Nivel de estudios y ocupación de padres

En las siguientes tablas se muestra la ocupación y nivel de estudios de los papas de todos los entrevistados, así como el número de hermanos que tiene cada uno.

EDAD	SEXO	OCUPACION		NIVEL DE ESTUDIOS	
		MAMA	PAPA	MAMA	PAPA
8.5	M	Contadora	Negocio propio	Profesionales	Profesionales
8.5	F	Ama de casa	Comerciante	No sabe	Profesionales
8.5	M	Arquitecta	Contador	Profesionales	Profesionales
8.3	F	Bienes raíces	Ganadero	No sabe	profesionales
8.1	M	Empleada	Comerciante	No sabe	No sabe
8.1	F	Médico	Médico	Profesionales	Profesionales
8.5	M	Catedrática	Catedrático	Profesionales	Profesionales

8.7	M	Maestra de ingles	Licenciado	Profesionales	Profesionales
8.7	F	Ama de casa	Ingeniero	No sabe	Profesionales
8.7	M	Médico	Médico/pediatra	Profesionales	Profesionales

Tabla 3 Se muestra la ocupación y nivel de estudios de los padres, de cada uno de los entrevistados de segundo grado en zona urbana

EDAD	SEXO	OCUPACION		NIVEL DE ESTUDIOS	
		MAMA	PAPA	MAMA	PAPA
8.7	F	Ama de casa	albañil	s/estudios	Albañil
8.3	M	Ama de casa	Empleado	No sabe	No sabe
7.11	M	Taquera	Taquero	Primaria	Primaria
7.6	M	Ama de casa	Velador	s/estudios	No sabe
8.5	F	Ama de casa	Campesino	s/estudios	s/estudios
8.7	F	Ama de casa	Desempleado	s/estudios	No sabe
8.9	M	Vendedora	No tiene papá	Primaria	No t/ papá
8.11	M	Ama de casa	Albañil	No sabe	No sabe
9	F	Ama de casa	Chofer	s/estudios	Primaria
8.1	F	Ama de casa	Carpintero	No sabe	No sabe

Tabla 4 Se muestra la ocupación y nivel de estudios de los padres, de los niños de segundo año de la zona rural

EDAD	SEXO	OCUPACION		NIVEL DE ESTUDIOS	
		MAMA	PAPA	MAMA	PAPA
10.5	M	catedrática	ingeniero	profesionales	profesionales
10.5	M	Ama de casa	ingeniero	profesionales	profesionales
10.4	M	Ama de casa	Ingeniero	Profesionales	profesionales
10.11	M	Maestra	Licenciado	Profesionales	profesionales
10.8	F	Ama de casa	Licenciado	Profesionales	profesionales
10	F	empleada	agricultor	Profesionales	profesionales
10.2	F	Ama de casa	Empresario	No sabe	profesionales
9.11	F	Educadora	Veterinario	Profesionales	profesionales
10.5	F	Ama de casa	Comerciante	No sabe	No sabe
10.11	M	Ama de casa	Licenciado	No sabe	Profesionales

Tabla 5 Se muestra la ocupación y nivel de estudios de los padres de los niños de cuarto año de la zona urbana

EDAD	SEXO	OCUPACION		NIVEL DE ESTUDIOS	
		MAMA	PAPA	MAMA	PAPA
8.10	F	Ama de casa	No sabe	s/estudios	No sabe
9.7	M	Ama de casa	obrero	s/estudios	Primaria
9.11	F	Ama de casa	carpintero	s/estudios	Primaria
10.3	M	Ama de casa	jubilado	primaria	Normalista
11.2	F	Ama de casa	albañil	s/estudios	Primaria
10.8	F	Ama de casa	Finado	Primaria	Finado
9.7	M	Ama de casa	Obrero	Secundaria	Secundaria
9.10	F	Ama de casa	Obrero	s/estudios	Primaria
10.1	M	Ama de casa	Vendedor	Primaria	Secundaria
10.7	M	Ama de casa	Albañil	s/estudios	Primaria

Tabla 6 Se muestra la ocupación y nivel de estudios de los padres de los niños de cuarto año de la zona rural

EDAD	SEXO	OCUPACION		NIVEL DE ESTUDIOS	
		MAMA	PAPA	MAMA	PAPA
12.7	M	Empleada	Empleada	Profesionales	Profesionales
12.7	F	Finada	Ing. civil	Finada	Ing. civil
11.10	M	Ama de casa	Arquitecto	Profesionales	Profesionales
12	F	Maestra	Catedrático	Profesionales	Profesionales
13.4	M	Ama de casa	Licenciado	No sé	Profesionales
11.10	M	Vendedora	Comerciante	Profesionales	No sé
12.2	F	Ama de casa	Licenciado	Profesionales	Profesionales
12.8	M	Ama de casa	Catedrático	Profesionales	Profesionales
12.4	F	Contadora	Contador	Profesionales	Profesionales
11.10	F	Ama de casa	Médico	Profesionales	Profesionales

Tabla 7 Se muestra y la ocupación y nivel de estudios de los padres de los niños de sexto año de la zona urbana

EDAD	SEXO	OCUPACION		NIVEL DE ESTUDIOS	
		MAMA	PAPA	MAMA	PAPA
13.2	M	Ama de casa	Checador	Secundaria	Primaria
12.3	F	Ama de casa	Pirotécnico	Primaria	Primaria
13.6	M	Ama de casa	Finado	s/estudios	Finado
13.4	M	Ama de casa	Velador	s/estudios	Primaria
12.1	M	Ama de casa	Albañil	s/estudios	s/estudios
12.8	F	Obrera	Obrero	Primaria	s/estudios
13.4	F	Vendedora	Supervisor	Primaria	Secundaria
12.5	F	Ama de casa	Albañil	s/estudios	Primaria
11.11	F	No tiene	No tiene	No tiene	No tiene
12.5	M	Ama de casa	Chofer	s/estudios	Primaria

Tabla 8 Muestra la ocupación y nivel de estudios de los padres de los niños de sexto año de la zona rural.

En estas tablas se observa claramente la ocupación y el nivel de estudios de los padres de cada uno de los entrevistados. Esta información es muy importante ya que los padres son unos de los principales agentes de socialización de los niños y aprenden de ellos por medio de cuestionamientos, conversaciones y pláticas informales.

Se observa que la mayoría de los padres de los niños que provienen de la zona rural, no tienen estudios y se dedican a oficios mal remunerados y con poca actividad intelectual. Al contrario, los padres de los niños que provienen de la zona urbana, la mayoría tienen una profesión y estudios universitarios. Por lo tanto, para dar una explicación a las respuestas que dieron los entrevistados, estos datos son de gran utilidad.

4.2 Procedimiento

Para comprender y analizar las opiniones y explicaciones que tienen los niños sobre los letreros, imágenes y anuncios relacionados con intercambios económicos, se tomaron 18 fotografías al azar. Estas fotografías fueron tomadas en espacios públicos y cada letrero y anuncio estaba expuesto para ser observado por cualquier tipo de público. Todas las fotografías muestran

algún tipo de intercambio económico. Al terminar de presentar las fotografías se les pregunto a los entrevistados si sabían lo que era un cheque y para que servía y lo que eran los vales de despensa. Estos dos cuestionamientos sin fotografías, se realizaron para conocer si su explicación cambiaba al no mostrarles la imagen, y los resultados se muestran en el siguiente capítulo.

Antes de comenzar este estudio, se realizó una prueba piloto para comprobar que las fotografías eran conocidas e identificadas por los niños de distintas edades, con este estudio piloto se afinó el instrumento y se realizó la guía de entrevista.

4.3 Entrevista

4.3.1 Descripción de la entrevista

Se realizó una entrevista individual semidirigida de corte piagetiano, donde a los niños se les dejó hablar libremente comentando sus opiniones y experiencias, mostrando cada una de las fotografías.

Cada entrevista duró aproximadamente 35 minutos y fue grabada en su totalidad, posteriormente fueron desgravadas literalmente, tardando más o menos 4 horas en el desgravado de cada una.

Preguntas iniciales

- ¿cómo te llamas?
- ¿cuántos años tienes? ¿cuál es tu fecha de nacimiento?
- ¿en qué grado vas y en qué escuela?
- ¿sabes en qué trabajan tus papás?
- ¿sabes qué estudiaron tus papás? dímelos
- ¿te gusta salir a la calle? ¿sales muy seguido? ¿con quién sales más veces? ¿con quién te gusta salir más?

Foto de “a precios de fábrica”

- ¿pláticame qué es lo que vez en esta foto?
- ¿Qué quiere decir eso de precios de fábrica?
- ¿qué es una fábrica?, ¿has ido a alguna?, ¿en las fábricas te venden cosas?
- ¿has visto de estos letreros en alguna otra parte?
- ¿y quién te enseñó esto? ¿dónde lo aprendiste?, ¿cómo lo aprendiste?

Foto de “cajero automático”

- ¿pláticame que es lo que vez en esta foto?
- ¿y qué es eso de cajero automático? ¿cómo funciona?
- ¿ese dinero de quien es? ¿cómo es que llega al banco?
- ¿has ido a alguno?, ¿te has fijado cómo le hacen?
- ¿cómo se puedes tener una tarjeta de esas?
- ¿sabes que son las tarjetas de crédito y/o débito, y para que sirven?
- ¿has visto otros letreros iguales en alguna otra parte?
- ¿y quien te enseñó esto? ¿dónde lo aprendiste?, ¿cómo lo aprendiste?

Foto de “vocho en venta”

- ¿pláticame lo que vez en esta foto?
- ¿Para que crees que le ponen ese símbolo?
- si tu quisieras comprar ese coche ¿cómo le harías?
- ¿Conoces otra forma de comprar / vender un coche?
- ¿quién te enseñó esto? ¿dónde lo aprendiste?. ¿cómo lo aprendiste?

Foto de “Prohibido el paso”

- ¿pláticame que es lo que vez en esta foto?
- ¿para que crees que ponen ese letrero?
- ¿sabes que es eso de propiedad privada?
- ¿te has metido a un lugar donde veas ese letrero? ¿y que pasó?
- ¿has visto otros letreros parecidos en otros lados?
- ¿quién te enseñó todo esto, dónde lo aprendiste?

Foto de “casa de empeño”

- ¿pláticame que es lo que vez en esa foto?
- ¿qué crees que quiere decir empeño?
- ¿has ido a alguna casa de empeño?
- ¿cómo crees que se le hace para empeñar algo? ¿qué se necesita?
- ¿has visto más anuncios como este?
- ¿y eso quien te lo enseñó?, ¿dónde lo aprendiste?

Foto de “se traspasa”

- ¿pláticame lo que vez en esa foto?
- ¿para que crees que ponen ese letrero?
- ¿has visto algún otro letrero de esos?
- ¿y tu como sabes eso, quien te lo enseñó, cómo?

Foto de “centro cambiario”

- ¿plátícame lo que vez en esa foto?
- ¿has ido a un lugar de esos?
- ¿para que crees que sirve ese lugar? ¿a que se va a ese lugar?
- ¿sabes que significan esos números?
- ¿y eso quien te lo enseñó? ¿cómo lo aprendiste? ¿dónde?

Foto de “venta de saldos”

- ¿plátícame lo que vez en esta foto?
- ¿para que crees que sirve ese letrero?
- ¿qué son los saldos?
- ¿has visto otros letreros parecidos?
- ¿quién te enseñó eso? ¿dónde lo aprendiste?, ¿cómo lo aprendiste?

Foto de “banderas al borde de una casa”

- ¿plátícame que es lo que vez en esta foto?
- ¿y esas banderitas? ¿para que crees que las ponen?
- ¿has visto de esas banderitas en algún otro lado?
- ¿y cómo sabes eso?

Foto de “12 meses sin intereses”

- ¿plátícame que es lo que vez en esta foto?
- ¿para que crees que ponen ese letrero?
- ¿qué crees que quiere decir 12 meses sin intereses?
- ¿si tu quisieras comprar en esa tienda a 12 meses, cómo le harías?
- ¿y quien te enseñó eso?, ¿dónde lo aprendiste?

Foto de “no hay servicio por inventario”

- plátícame que es lo que vez en esta foto?
- ¿para que crees que ponen ese letrero?
- ¿qué es eso de inventario?
- ¿has visto en otros lados ese anuncio?
- ¿y eso quien te lo enseñó? ¿cómo lo aprendiste?

Foto de “rebajas al 60%”

- ¿pláticame que es lo que vez en esta foto?
- ¿para que crees que ponen ese letrero?
- ¿qué crees que quiere decir “sin restricciones”?
- ¿qué quiere decir rebajas?
- ¿y eso quien te lo enseñó? ¿dónde lo aprendiste? ¿cómo lo aprendiste?

Foto de “estacionamiento gratuito”

- ¿pláticame que es lo que vez en esta foto?
- ¿qué crees que quiere decir todo eso? ¿para que sirve ese letrero?
- ¿gratuito?
- ¿usuarios?
- ¿proveedores?
- ¿contratistas?
- ¿has visto anuncios parecidos a este?
- ¿y eso quien te lo enseñó? ¿dónde lo aprendiste? ¿cómo lo aprendiste?

Foto de “hoy se fía”

- ¿pláticame que es lo que vez en esta foto?
- ¿qué quiere decir eso de “hoy se fía” o de “hoy no se fía”
- ¿qué crees que se necesita hacer o tener para que te fíen?
- ¿has visto o has sabido de alguien a quien le fíen?
- ¿has visto en otros lugares letreros así?
- ¿y eso quien te lo enseñó? ¿dónde lo aprendiste? ¿cómo lo aprendiste?

Foto de “se vende con trato directo”

- ¿pláticame que es lo que vez en esta foto?
- ¿cómo es eso de vender? Si tu quieres vender una casa, ¿cómo le harías?
- ¿cuál crees que es la diferencia entre vender y rentar?
- ¿qué es eso de trato directo?, ¿qué te imaginas que es?
- ¿dónde más has visto de esos letreros?
- ¿y tu cómo sabes que ese letrero sirve para vender una casa? ¿quién te lo enseñó?

Foto de “casa en renta”

- ¿pláticame que es lo que vez en esta foto?
- ¿cómo es eso de rentar? Si tu quieres rentar una casa, ¿cómo le harías?
- ¿para que ponen ese letrero?
- ¿dónde más has visto ese letrero?
- ¿y tu cómo sabes que ese letrero sirve para rentar una casa? ¿quién te lo enseño?

Foto de “pronósticos”

- ¿pláticame que es lo que vez en esa foto?
- ¿para que crees que ponen esos anuncios?
- ¿cómo se le hace para jugar a eso?
- ¿has visto que alguien juegue o tu has jugado a eso?
- ¿eso quien te lo enseño?, ¿cómo lo aprendiste?

Foto de “sistema de apartado”

- ¿pláticame que es lo que vez en esta foto?
- ¿para que crees que ponen ese letrero?
- ¿has visto como alguien aparta algo?
- ¿cómo se le hace para apartar a un mes?
- ¿esos letreros los has visto en algún otro lado?
- ¿quién te enseño eso? ¿cómo lo aprendiste?

4. 4 Procedimiento de análisis de datos

En un primer momento se analizaron las respuestas obtenidas para cada una de las fotografías, por grupos de edad y contexto de procedencia. Las respuestas similares se agruparon en tipos de respuesta y estos permitieron la elaboración de categorías para el análisis, este análisis se muestra por medio de gráficos en el siguiente capítulo. Y las respuestas de los entrevistados se muestran en las tablas que están en el apéndice. (disco compacto anexo)

Para lograr obtener cuales son las nociones de los niños sobre los letreros, anuncios e imágenes callejeras, se tomaron en cuenta las entrevistas que se realizaron.

V. RESULTADOS Y DISCUSION

En este capítulo se van a mostrar las respuestas de los entrevistados y la gran diversidad de explicaciones que dieron a cada una de las fotografías que se les mostraron. Los resultados aparecen en gráficas y ahí se observan sus opiniones de acuerdo a su edad y su contexto social de procedencia, seguido de una discusión con los autores que han trabajado temas semejantes.

5.1 Análisis

Análisis de la entrevista a la foto de “a precios de fábrica”

Al mostrarles esta foto, se trató de obtener el conocimiento que tienen los niños sobre el concepto de precios de fábrica, el cual es más barato pues no hay intermediarios, ni ganancias.



Foto 4

La gráfica 1 muestra las explicaciones que dieron los niños por contexto social.

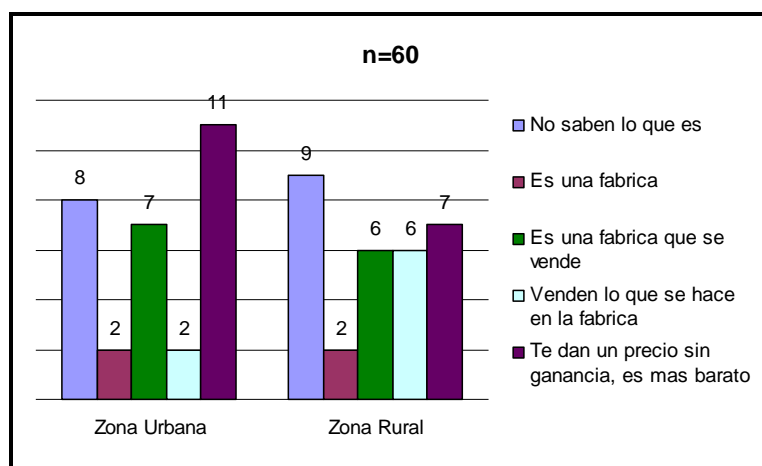


Gráfico 1 Se muestran el tipo de respuestas que dieron el total de entrevistados por su contexto social de procedencia.

Aquí podemos observar que la mayoría de los niños que viven en zona urbana, conocen el significado del letrero y dieron la explicación que se esperaba, diciendo que ese letrero lo ponen cuando te dan un precio sin ganancias y es más barato. Al contrario de los entrevistados que viven en una zona rural que la mayoría no saben lo que es, o lo que significa ese letrero.

Definitivamente influye en el conocimiento económico el contexto social de procedencia, y esto se ha demostrado en diversos estudios como el realizado en 1974 por Ward, donde muestra que los adolescentes que provienen de familias de bajos ingresos, tienen menos experiencia con el dinero y son menos conscientes del valor de los artículos de consumo, su aprendizaje es menos al de los adolescentes que provienen de familias con altos ingresos, pues estos últimos tienen más oportunidades y más experiencias de consumo.

Algunas de las explicaciones que dieron los niños son las siguientes:

Por ejemplo, cuando los niños explicaron que ese letrero está anunciando que se vende una fábrica o que ahí te dan el precio de lo que cuesta una fábrica contestaron:

(12) **¿Y ese letrero que crees que significa?** -pues... como que te dan un precio por una fábrica que se vende o algo así.

Cuando explicaron que venden lo que hacen en la fábrica, contestaron de la siguiente manera:

(8.11) **¿qué anuncia este letrero?** – que es una fábrica donde venden cosas, como televisiones o algo así. Y tu las puedes comprar ahí... bueno yo creo eso.

Y las respuestas de los niños donde explican que el precio de la fábrica es más barato, pues no hay intermediarios ni ganancias, se muestra a continuación

(12.7) - que a la hora de las compras, ... bueno cuando compras algo no te suben el IVA ni nada, que de la fábrica como se lo venden a la tienda, así te lo dan a ti ... es más barato.

La gráfica 2 muestra las explicaciones de los niños por edades:

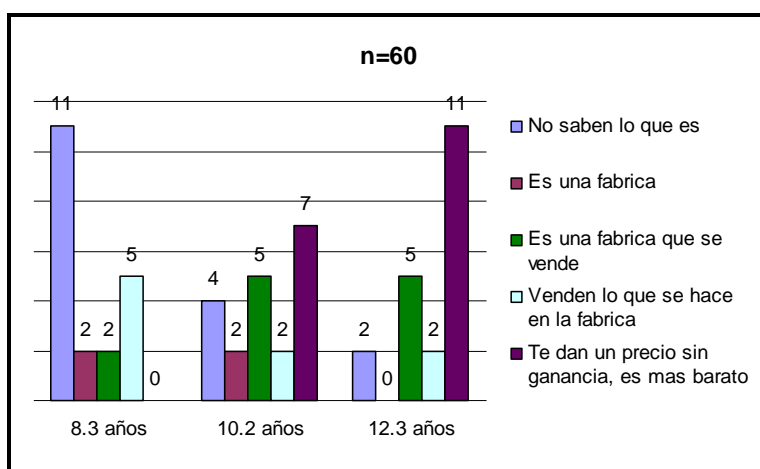


Gráfico 2. Se muestran las explicaciones que dieron el total de entrevistados, dependiendo de su edad.

Aquí podemos observar que los entrevistados más pequeños son los que menos saben el significado del letrero, son los que no supieron dar una explicación, y contestaban “no sé”, “sepa que sea eso”, “quién sabe para que sirva ese letrero”, etc. En los niños de 10 años aproximadamente vemos que sus explicaciones son muy variadas, y los más grandes explicaron el letrero diciendo que ahí venden las cosas más baratas, sin intermediarios, sin

ganancia. Por lo tanto, se observó que hasta los 10 años es cuando se comienza a tener una noción de la ganancia, al igual que el estudio realizado por Delval y Echeita (1994), donde concluyeron que antes de los 10 años los niños tienen grandes dificultades para entender que hay una diferencia entre el precio de compra y el precio de venta y que el tendero vende más caro de lo que a él le cuesta.

Análisis de la entrevista a la foto de “cajero automático”

Con esta foto se trató de conocer cuales eran las nociones de los sujetos sobre un cajero automático, la experiencia que han tenido con estas máquinas e indagar si conocen el origen del dinero que esta en el cajero.



Foto 5

El gráfico 3 muestra las respuestas de los niños, según su contexto social:

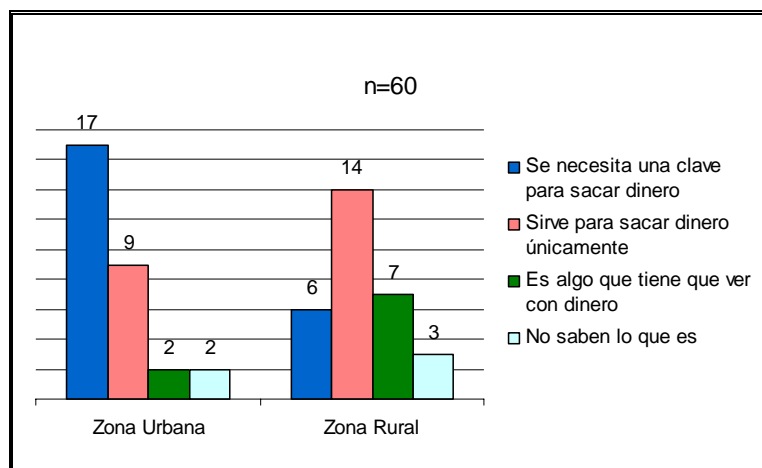


Gráfico 3 Explicación que dieron el total de entrevistado sobre la función del cajero automático, por contexto social

Aquí se puede observar que la mayoría de los niños que viven en una zona urbana, conocen la función del cajero, explicando que sirve para sacar dinero y se necesita un número de identificación y una tarjeta. Por otro lado los niños de la zona rural saben que sirve para sacar dinero, pero no conocen el

procedimiento, saben que se saca dinero de ahí, o que tiene que ver algo con dinero.

Por ejemplo, algunas de las respuestas que dieron los niños fueron las siguientes:

(8.7) Contexto Urbano **¿Para que sirve un cajero automático?** - *para sacar tu dinero automático, para sacar tu dinero meten la tarjeta, ponen cuanto quieren y ya les sale el dinero, luego les sale una hojita y la tarjeta*

(8.9) Contexto Rural - *Es como algo de dinero, que puedes ir por el ahí, pero no se como.*

Ahora, el gráfico 4 muestra la explicación que dieron el total de niños entrevistados sobre la función del cajero automático, por su edad.

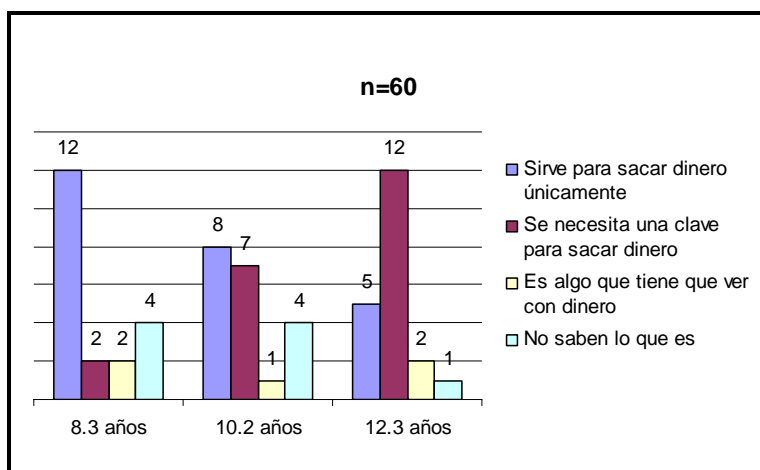


Gráfico 4 Explicación del total de entrevistados sobre la función del cajero automático, de acuerdo a su edad.

La mayoría de los entrevistados que de 8 y 10 años, explicaron que el cajero sirve únicamente para sacar dinero, en cambio los entrevistados mas grandes, explicaron todo el procedimiento para sacar el dinero.

Algunos ejemplo de respuestas se muestran a continuación:

(9.11) **¿Para que sirve un cajero automático?** -*No sé, quien sabe que sea eso, si lo he visto pero no se que sea o para que sirva.*

(10.1) ... -*Necesitas comprar una tarjeta para poder ir a sacar dinero a uno de esos, pero no se bien como sea eso.*

(12) ... - Cuando vas a sacar dinero, así como muy de prisa o algo así o que estas afuera de los bancos o en lugares de la calle, que no esta afuera de los bancos exactamente, para sacar dinero y todo eso. Primero en la puerta metes tu tarjeta, entras luego metes tu tarjeta, pones tu clave y te aparece cuanto quieres sacar si 100 o algo así lo que tu quieras y ya te sale, luego sacas tu tarjeta te dan un ticket y ya.

Ahora en los gráficos 5 y 6 se muestra la experiencia que han tenido los entrevistados en visitar y conocer un cajero automático.

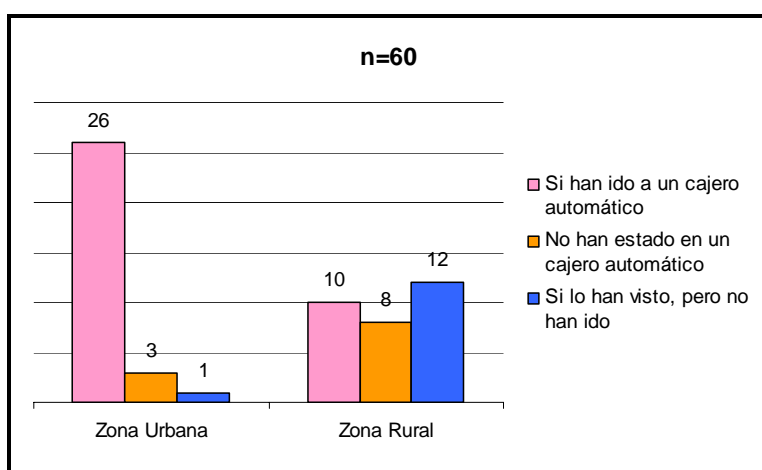


Gráfico 5 Se muestra la experiencia que han tenido el total de entrevistados en visitar un cajero automático, por contexto social.

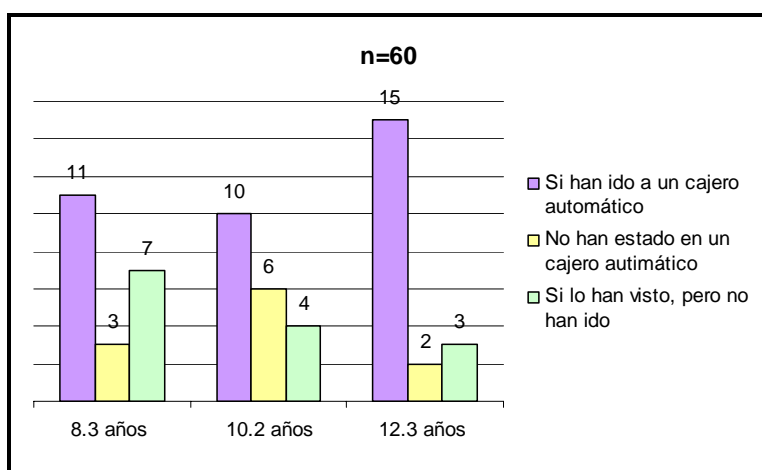


Gráfico 6 Se muestra la experiencia que han tenido el total de entrevistados en visitar un cajero automático, por edad.

En estas gráficas se puede observar que la mayoría de los entrevistados si han ido a un cajero automático, de cualquier edad o de cualquier contexto socioeconómico, muchos los han visto pero no han ido y una mínima parte no ha estado en un cajero automático.

El gráfico 7 muestra la explicación que dieron los niños al origen del dinero que esta en el cajero automático.

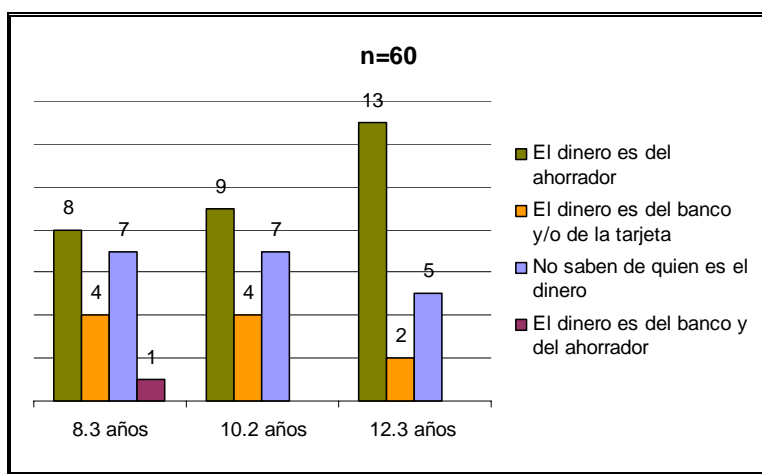


Gráfico 7 Se muestra la explicación que dieron el total de entrevistados sobre el origen del dinero, por edad.

Aquí se muestra que la mayoría de los niños explican que el dinero que esta en el cajero automático es del ahorrador, es de la persona que va a sacar su dinero. Entre los entrevistados de 8 y 10 años no hay mucha diferencia en sus respuestas, muchos dicen que es del ahorrador, pero también es del banco, pero casi el 50% de los niños no saben de donde proviene ese dinero.

Por ejemplo:

(8.5) **¿y ese dinero de quién es?** - *Del camión que trae el dinero para pagar.*

(9.11) **¿y de quién crees que es el dinero que esta en el cajero?** – *del banco... y del cajero.*

A partir de los resultados que se han mostrado, se comprueba el estudio realizado por Jahoda en 1981, donde concluye que el problema de la ganancia en el banco es más difícil que en la tienda, y los niños están mucho más

retrasados en la comprensión del problema. Afirma que los más jóvenes tienden a pensar que el Banco es más que un servicio público que una empresa comercial.

Análisis de la entrevista a la foto “venta de coche”

Con esta foto, se trató de conocer el significado de un signo de pesos en la ventanilla de un coche; así como también cual es la forma de comprar un coche, cuales actividades se necesitan hacer para comprar o vender un coche y por último conocer si tienen una idea aproximada del valor del coche.



Foto 6

El 100% de niños entrevistados dio la explicación de que el signo de pesos en una ventanilla de un coche significaba que venden el coche (ver tablas 37 a la 42, en Anexo); así como también el total de niños dieron la explicaron de las actividades que se necesitan para comprar o vender un coche, como por ejemplo:

(8.5) **Si tu quisieras comprar ese coche, ¿cómo le harías?** *-Junto el dinero, y me compro un coche porque no tengo a donde ir y se me cansan las piernas muy rápido y así.*

(10.11) **¿cómo le harías para comprar ese coche?** *-Le dices al señor, o debe tener un letrero de teléfono y este... le llamas y le dices que quieres comprar su vocho.*

(12.7) *-Iría a donde esta... el coche vería atrás del coche para ver si tiene teléfono, porque por lo general tiene teléfono, y entonces ya preguntamos que cuanto cuesta, y que modelo es y en que condiciones esta.*

Sin embargo, los resultados que se obtuvieron sumamente interesantes, son aquellos cuando se trató de indagar sobre el valor del coche, y las siguientes gráficas muestran los resultados, analizados desde su contexto

socioeconómico y su edad. Y se ve que a estas edades todavía los niños no tienen una idea del valor de las cosas. Aunque los más grandes y que viven en una zona urbana son los que se acercan más a un valor aproximado.

Referente a esto, Strauss en 1952 realizó un estudio sobre el desarrollo de la noción del dinero en el niño y obtuvo tres niveles de desarrollo económico.

Los resultados que se obtuvieron en este estudio, son reflejados en el segundo y tercer nivel, descritos por Strauss, en los cuales los niños de entre 6 y 8 años es cuando comienzan a tener la noción de valor al darse cuenta de que no todas las monedas permiten comprar la misma cantidad de un bien.

En los gráficos 8 y 9 se muestran las variadas respuestas que dieron los entrevistados.

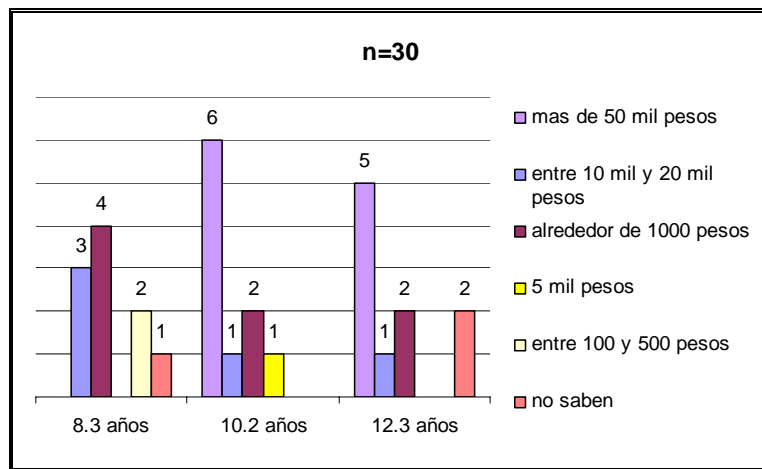


Gráfico 8 Se muestra el valor que le dieron al coche, el total de niños de la zona urbana

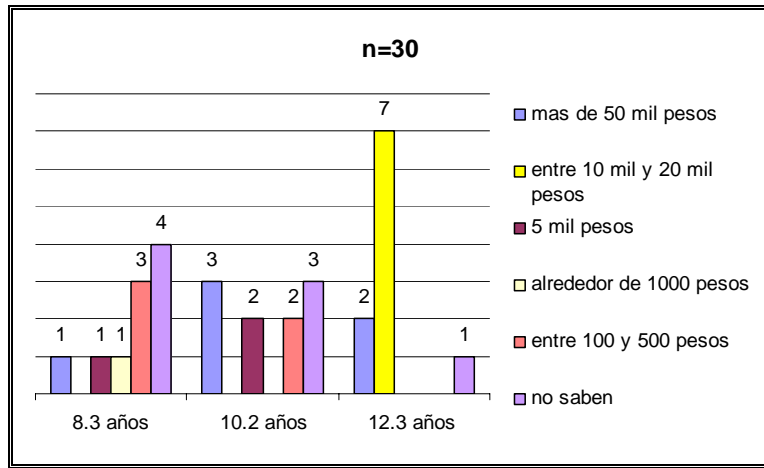


Gráfico 9 Se muestra el valor que le dieron al coche, el total de niños de la zona rural.

Análisis de la entrevista de “prohibido el paso”

Al mostrarles esta foto, se trató de conocer que nociones tienen los sujetos sobre cual es la función de esos letreros, y lo que significa propiedad privada.



Foto 7

Podemos observar (ver Anexo) que el 100% de los entrevistados saben la función de ese letrero, saben que lo ponen para señalar que no se puede pasar, y respecto a la propiedad privada también conocen que significa que es de alguien, que tiene dueño.

Se muestran algunos ejemplos para ver las explicaciones de los niños:

(8.5) **¿para que crees que ponen ese letrero?** –*para avisar que hay un hoyo y te puedes caer, por eso no puedes pasar, ¿y que significa eso de propiedad privada?* -*que nada mas la propiedad es de uno.*

(10.11) **¿y ese letrero que significa?** - *Que esta zona esta prohibida para pasar porque están arreglando el pasto ¿y propiedad privada?* -*que es propiedad del gobierno o de alguien.*

(12.7) - *Que es de alguien, o sea que tiene un dueño, no es de gobierno ni es público y no pueden pasar, porque mucha gente dice, a pues esta muy padre y entra, pero es propiedad privada ¿y que significa propiedad privada?* – *Que es tuya, que tiene dueño, que es de alguien y no puede entrar cualquiera, nada mas con permiso*

Análisis de la foto “casa de empeño”

Con esta foto, se trató de indagar si los niños conocen lo que es una casa de empeño y qué significa empeñar algo.



Foto 8

En estas gráficas se muestran las explicaciones que dieron los niños sobre lo que es una casa de empeño.

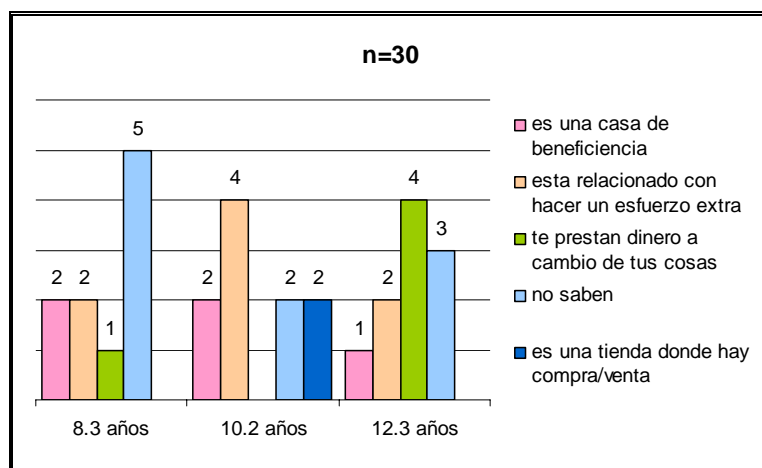


Gráfico 10 Explicación del total de niños de la zona urbana, sobre lo que es una casa de empeño

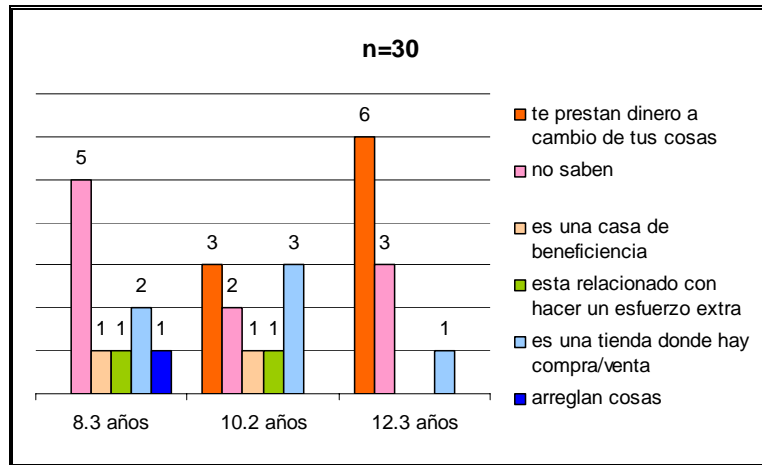


Gráfico 11 Explicación del total de niños de la zona rural, sobre lo que es una casa de empeño

Podemos observar que en la zona urbana (gráfico 10), el mayor número de respuestas que dieron los niños fue: “no se”, dándose la mayoría de estas respuestas en los niños de 8 años. Casi el 50% de los niños de 10 años, explican que una casa de empeño es donde se hace un esfuerzo extra por ejemplo:

(10.5) **¿Qué es una casa de empeño?** -Una casa de trabajo, de mucho trabajo. nada mas he escuchado que para triunfar en la vida se necesita echarle ganas y empeño...

(10.11) -...Una casa para empeñarte, para esforzarte, ahí te ayudan

También observamos que casi la mitad de los entrevistados más grandes, conocen lo que es una casa de empeño:

(13.2) Una casa de empeño que... vas por ejemplo una televisión y vas y te ponen el dinero y luego puedes ir a sacarla y si te tardas pues te cobran un rédito

Análisis de foto “se traspasa”

Con esta foto, se trató de indagar si los niños conocen el significado de “se traspasa”



Foto 9

Aquí se muestran las explicaciones que dieron los niños cuando se les enseñó la foto, y se puede observar claramente la diferencia de respuestas entre contextos sociales de procedencia y edad.

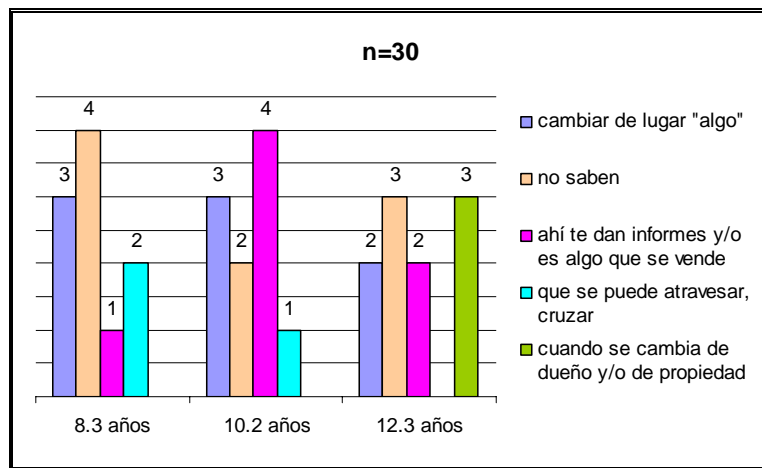


Gráfico 12 Se muestra la explicación del total de niños de la zona urbana, sobre el letrero de “se traspasa”

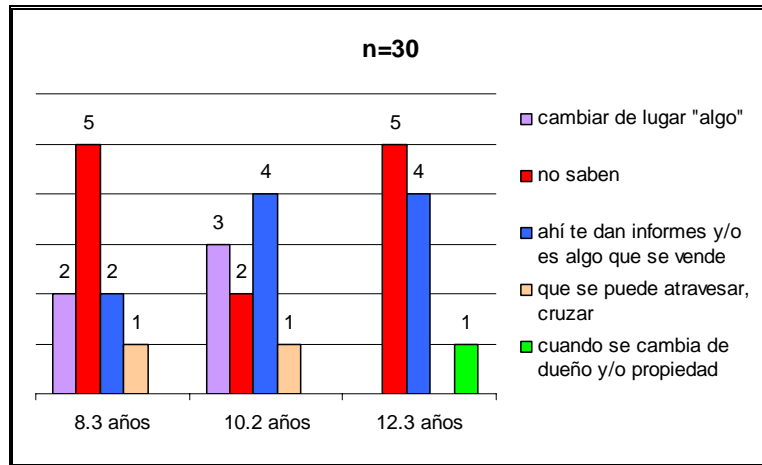


Gráfico 13 Se muestra la explicación del total de niños de la zona rural, sobre el letrero de “se traspasa”

Podemos observar que no existe una gran diferencia entre las explicaciones que dieron los niños de los dos contextos de procedencia, ni entre las edades; la mayoría no sabe lo que significa ese letrero.

En el gráfico 12, solamente 3 de los niños de 12 años contestaron que el letrero de traspaso es cuando cambia de dueño algún negocio, pero sigue siendo el mismo negocio; y en la gráfica 13, solamente un niño de los de más edad contestó eso.

(13.2) **¿para que crees que ponen ese letrero?**-Ah!, pues de que se puede traspasar el negocio, pues aquí no se ve nada, pero puede ser el negocio que esta aquí abajo o el edificio, y se traspasa, se cambia y aquí dice informes al celular. Pues se cambia, vamos a poner que uhm... si usted tiene una casa se la puede cambiar a ella, se la pueden cambiar, traspasar. Bueno eso es lo que yo entiendo

(12.7) ...Tu tienes una propiedad y alguien otra y como que se las cambian o algo así, como trato directo o algo así

Y más de la mitad del total de entrevistados opinaba que ese letrero lo ponían para pedir informes, ya sea para vender algo o comprarlo.

Análisis de la foto “centro cambiario”

Con esta foto, se trató de indagar si los niños conocen lo que es un centro cambiario que se hace en ese lugar, así como también conocer si han estado en alguno y como se realizan las actividades de compra y venta de divisas.



Foto 10

Las explicaciones de los niños se muestran en las siguientes gráficas:

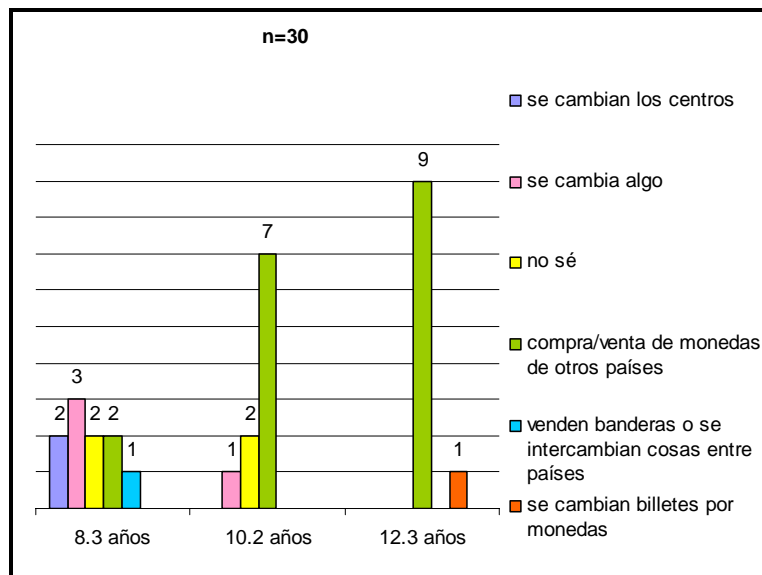


Gráfico 14 Explicación que dieron el total de niños del contexto urbano, sobre lo que es un centro cambiario.

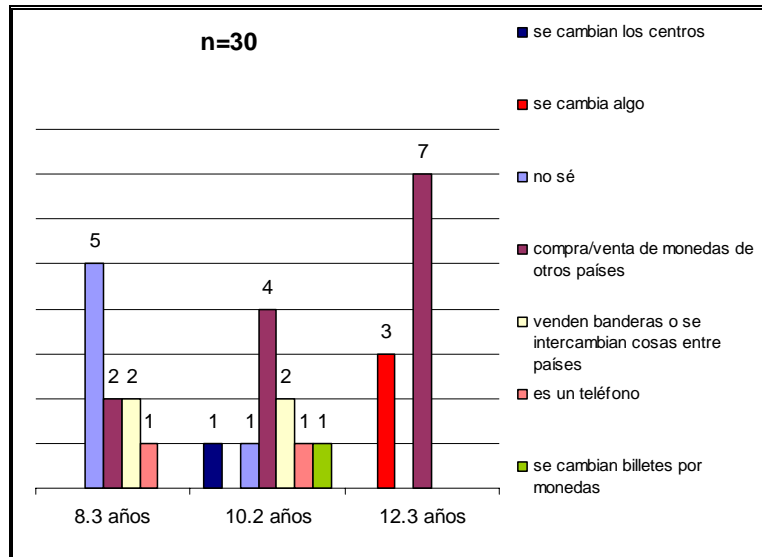


Gráfico 15 Explicación que dieron el total de niños del contexto rural, sobre lo que es un centro cambiario

Aquí se puede observar que los que viven en la zona urbana (grafico 14), la mayoría dio la explicación de que un centro cambiario es un lugar donde se puede cambiar monedas de otros países, y sobre todo el dólar.

(8.1) **¿Qué es un centro cambiario?** -*Ahí puedes cambiar dinero, de México ... puedes cambiar dinero por dólares tu le das dinero y el te devuelve dinero pero de otro país.*

(13.4) -*... Ya vi uno en el aeropuerto, y es cuando tu llevas tu dinero y te dan euros, te cambian tu dinero según a como este la moneda, también puedes cambiar dólares cuando vas a Estados Unidos.*

En la zona rural (grafico 15) se ve que el mayor porcentaje de los más pequeños son los que no pudieron dar ninguna explicación de lo que es un centro cambiario. Y también algunos niños de los más pequeños saben que ese lugar es para vender alguna cosa.

(8.3) **¿sabes lo que es un centro cambiario?**-*Ha de ser algo como de estados unidos y México, como que te cambian algo, yo creo que venden banderas.*

(10.1) **¿Qué es un centro cambiario?** -*No sé bien, esos números no se para que sean, Ya viste que hay unas banderas ahí dibujadas, ¿para que crees que sean?* -*pues las banderitas es que ahí venden cosas de estados unidos o algo así me imagino.*

Análisis de la foto “venta de saldos”

El mostrar esta foto se trató de indagar si los niños conocen para que ponen ese letrero, ¿Qué es lo que anuncia? y ¿Qué son los saldos?



Foto 11

En los gráficos 16 y 17 se puede observar cuales fueron las explicaciones que dieron los niños cuando vieron el letrero de venta de saldos:

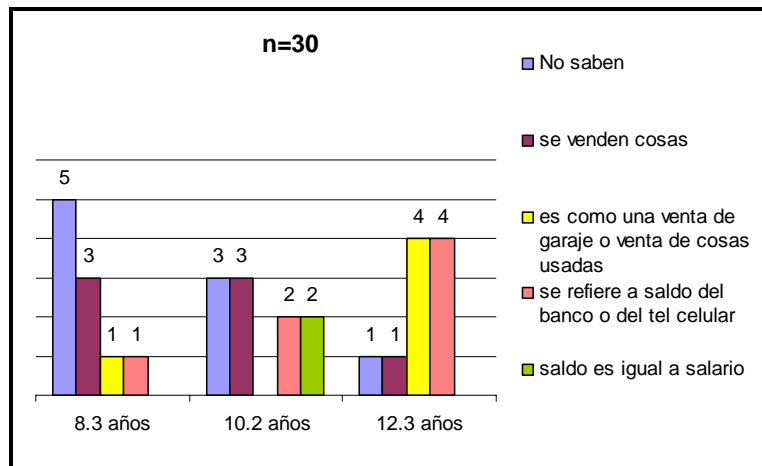


Gráfico 16 Explicaciones de los niños de la zona urbana sobre lo que es “venta de saldos”

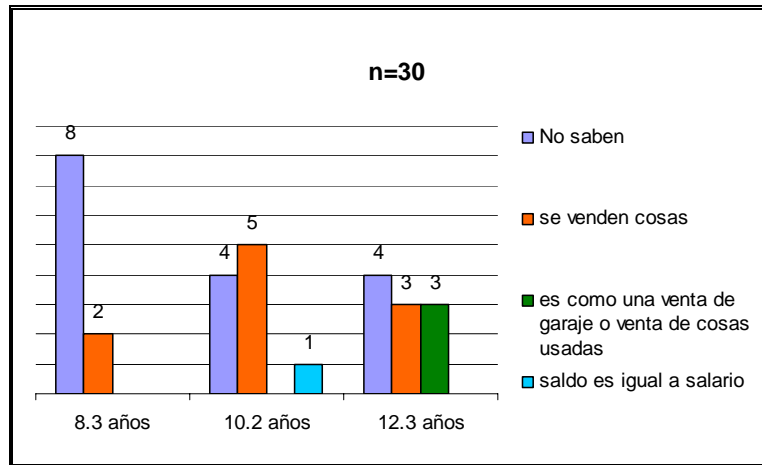


Gráfico 17 Explicaciones de los niños de la zona rural, sobre lo que es “venta de saldos”

Se observa que casi la mitad del total de entrevistados no saben lo que son la venta de saldos, aunque los procedentes de la zona urbana son los que más informados están.

Los niños que estudian en una escuela particular dieron respuestas que relaciona el saldo con el saldo del teléfono celular y/o el saldo del banco, el 30% aproximadamente.

En los dos grupos de procedencia hubo quien asimilo el saldo con el salario, explicando que el saldo es lo que recibes cuando trabajas. Así también los procedentes de una zona urbana son lo que más explicaron que la venta de saldos es la venta de cosas usadas.

Análisis de la foto “banderas al borde de una casa”

Con esta foto se trató de indagar si los niños conocen la función de las banderitas colgadas al borde de una casa, que indica la venta de la misma.



Foto 12

Las explicaciones de los niños se muestran en las siguientes gráficas.

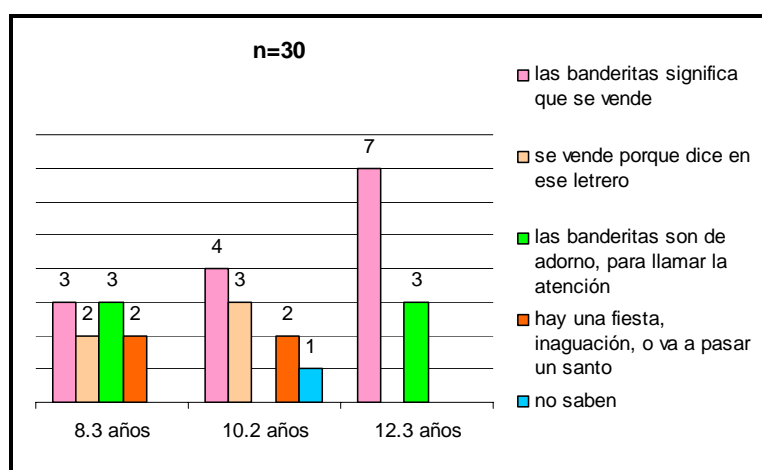


Gráfico 18 Explicación que dieron los niños de la zona urbana a las banderitas colgadas al borde de una casa

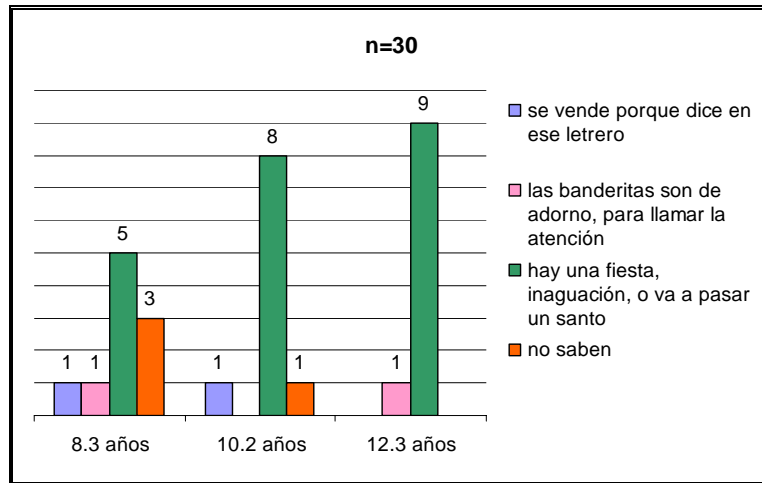


Gráfico 19 Explicación que dieron los niños de la zona rural a las banderas colgadas al borde de una casa

Se puede observar que los niños de la zona rural en su mayoría, explican que las banderas colgadas son para anunciar que hay una fiesta o va a pasar un santo, en cambio la mayoría de los niños de zona urbana opinan que esas banderas las ponen ahí para anunciar que se vende la casa o el terreno. Aquí el contexto social de referencia nos muestra la gran diferencia entre las explicaciones.

Seguramente las banderas vistas por los sujetos en la zona rural no se utilizan ahí para anunciar ventas como en el caso de la zona urbana. Esto último sería interesante para considerar en términos de la educación o alfabetización económica, en el sentido de que los niños manejan significados diferentes de la misma información y en alguna situación de intercambios económicos que actualmente se lleva en las sociedades.

Análisis de la foto “12 meses sin intereses”

Con esta foto se trató de indagar si los niños conocen la función de ese letrero, y qué son los intereses.



Foto 13

Las explicaciones que dieron los niños, se muestran en las siguientes gráficas:

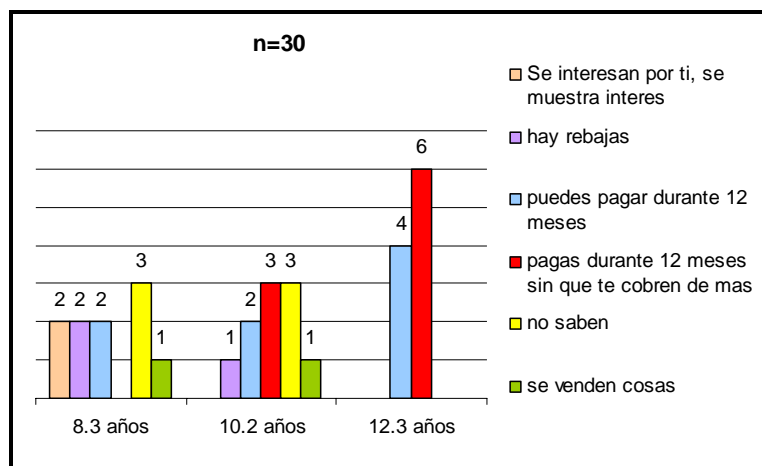


Gráfico 20 Explicación de los niños de zona urbana, al letrero de 12 meses sin intereses.

El 100% de los niños de 12 años de la zona urbana saben que la función de ese letrero es que tienes la opción de pagar en 12 meses, el 50% de los

entrevistados de 10 años, también conocen esta función y la otra mitad explican que son rebajas o que se venden cosas o no saben.

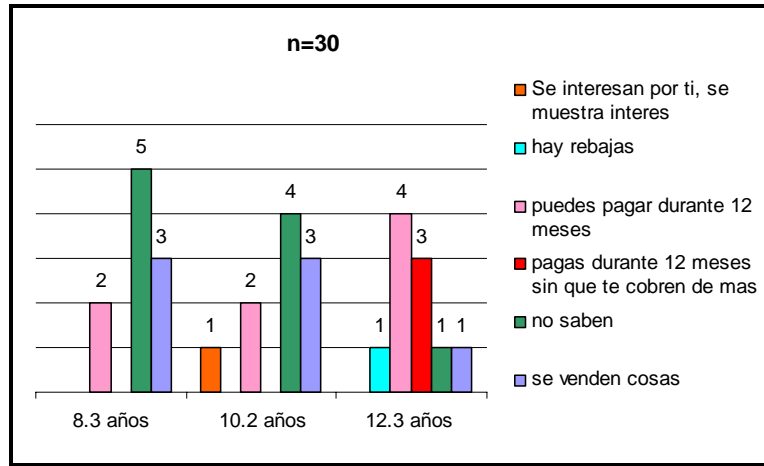


Gráfico 21 Explicación de los niños de zona rural, al letrero de 12 meses sin intereses

Aquí vemos que una tercera parte de los entrevistados no sabe dar una explicación de la función de este letrero, aunque la mayor parte de los niños mayores explican que este letrero sirve para indicar que puedes pagar en 12 meses.

Análisis de la foto “ No hay servicio por inventario”

Con esta foto, se trató de indagar cuales son las explicaciones que dan los niños sobre la función del letrero “no hay servicio por inventario”.



Foto 14

En la siguiente gráfica se puede observar las respuestas de los niños de la zona urbana

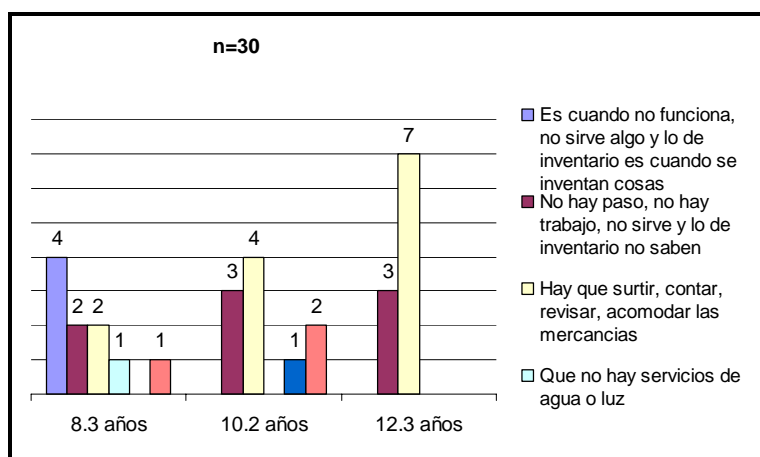


Gráfico 22 Explicaciones que dieron el total de niños de la zona urbana, al letrero de “No hay servicio por inventario”

Los niños que son procedentes de la zona urbana tienen un poco más de acercamiento a este tipo de letreros y han preguntado lo que significa, por lo cual podemos observar que muy pocos no supieron dar una explicación y que casi el 50% de los entrevistados sabe que este letrero lo ponen cuando van a acomodar, revisar y surtir más mercancías.

Los más pequeños son los que explicaban que el inventario es cuando inventan cosas, cuando han cosas inventadas pues la palabra inventario la relacionaron con la acción de inventar por ejemplo:

(7.11) -*Inventario es... es como algo de inventar de que vas a inventar algo*

Ahora en la siguiente gráfica se muestran las explicaciones que dieron los niños procedentes de la zona rural.

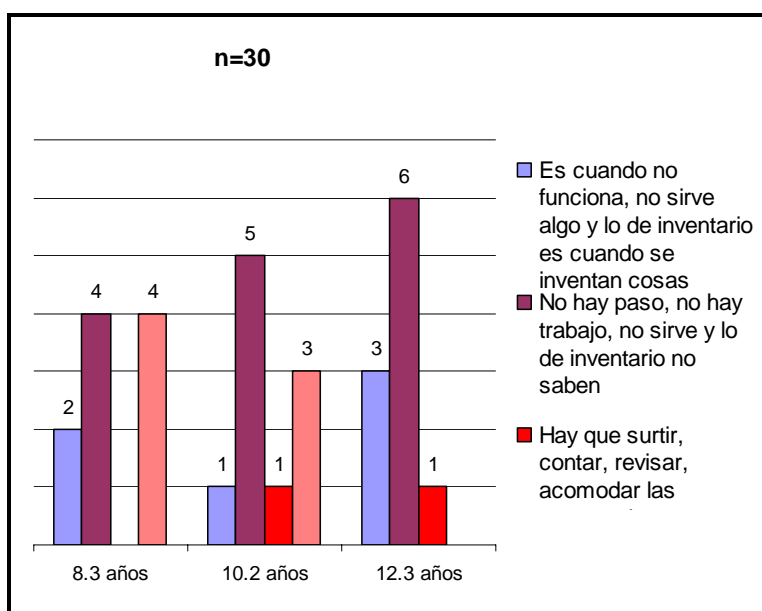


Gráfico 23 Explicaciones que dieron el total de niños de la zona rural, al letrero de “no hay servicio por inventario”

En la zona rural, podemos observar que la mayoría de los entrevistados no saben lo que significa inventario, y entre los más pequeños no supieron explicar la función de este letrero, cabe mencionar que únicamente dos de los entrevistados explicaron que la función del letrero es para comunicar que esta revisando la mercancía, la están contando.

Análisis de la foto “ Rebajas 60%”

Con esta foto se trató de indagar cual es la función del letrero, el cual especifica que hay descuentos de la mercancía en esa tienda.



Foto 15

Solamente dos entrevistados que provienen de la zona rural contestaron que el letrero informa que los precios son más caros, estas fueron sus explicaciones:

(8.7) Es como de oferta... es más caro

(8.7) Que no cuesta lo mismo, que ahora parece que es más caro.

Todos los demás entrevistados dieron explicaciones referentes a que la función de ese letrero es que las mercancías son más baratas, hay descuentos; solo algunos dieron otro tipo de respuesta que en las siguientes gráficas podemos observar el tipo de explicaciones que dieron los niños.

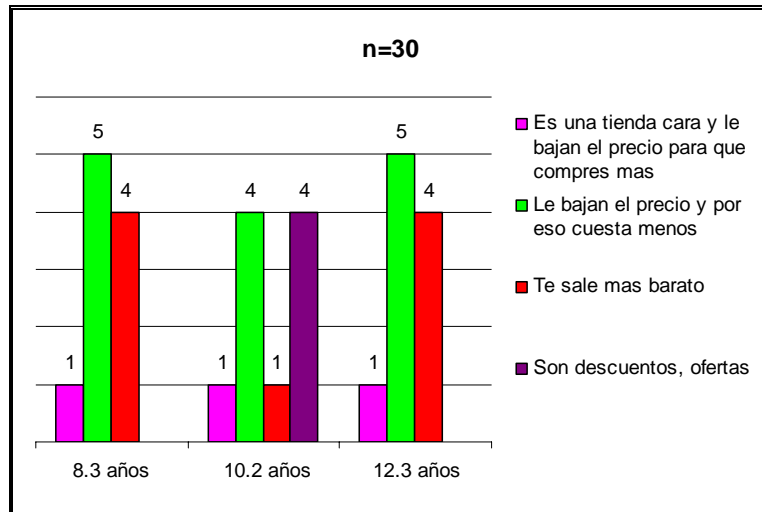


Gráfico 24 Explicación que dieron el total de niños de la zona urbana, al letrero de "60% de descuento"

Casi el 50% de los entrevistados provenientes de la zona urbana opinan que ese letrero informa que a las cosas les bajan el precio y por consecuencia salen más baratas. Otros entrevistados dijeron únicamente que ese letrero informa que las cosas te salen más baratas, sin dar una explicación más profunda.

El gráfico 25 muestra las opiniones y explicaciones de los entrevistados provenientes de una zona rural, donde sin duda son más variadas que los de la zona urbana.

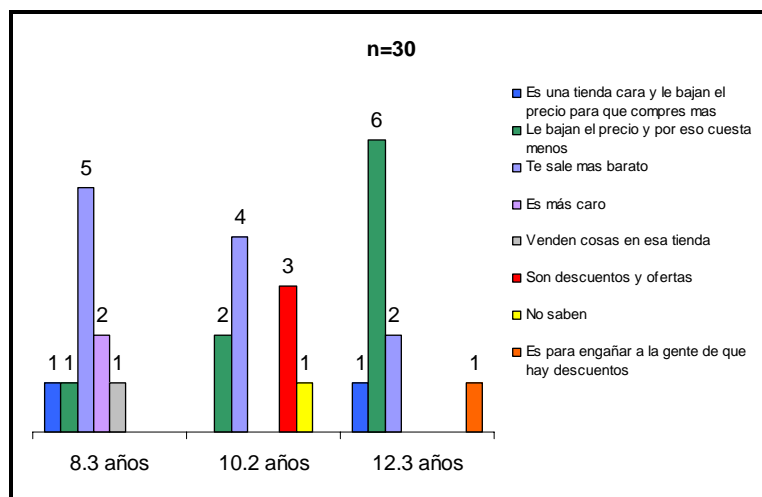


Gráfico 25 Explicación que dieron el total de niños de la zona rural, al letrero de "60% de descuento"

La mayoría de los entrevistados opinan que ese letrero sirve para anunciar que las cosas te salen mas baratas, pero en este grupo de niños también se encuentran las respuestas de que las rebajas son porque es mas caro, o que ese letrero sirve para engañar a la gente e inclusive no saben para que sirve ese anuncio.

Análisis de la foto “ Estacionamiento Gratuito”

Con esta foto, se trató de indagar si los niños saben lo que es un estacionamiento gratuito y cuales explicaciones daban al respecto.



Foto 16

Los niños provenientes de la zona urbana dieron las siguientes explicaciones que se muestran en esta gráfica:

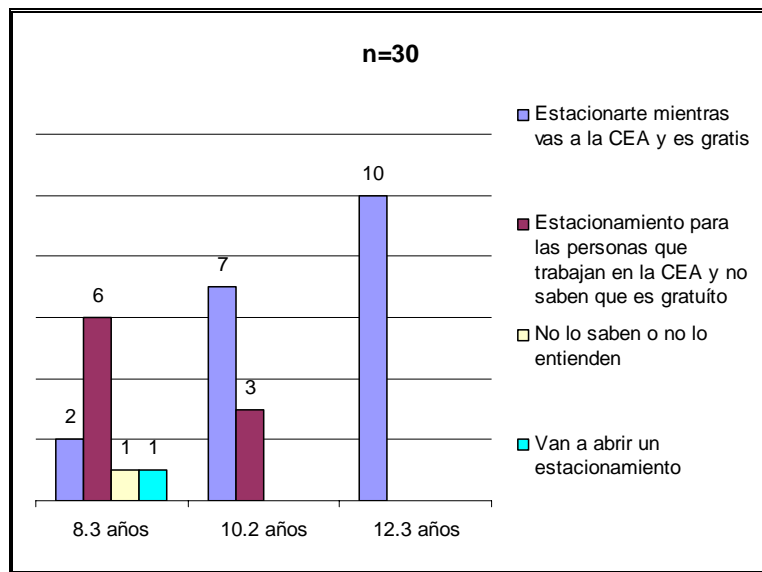


Gráfico 26 Explicación que dieron el total de niños de la zona urbana, al letrero de estacionamiento gratuito

Aquí se puede observar que la explicación que dieron el mayor porcentaje de entrevistados es que es un lugar donde te puedes estacionar mientras arreglas tus asuntos en la comisión estatal del agua, se observa claramente que la edad de los niños influye en su explicación, por supuesto hay algunos de los mas chicos que no pudieron dar una explicación.

También es de tomarse en cuenta que un gran porcentaje de los niños de la zona urbana, no saben lo que significa la palabra “gratis”, ¿será porque no están muy familiarizada con ella?.

Aquí observamos las explicaciones de los niños procedentes de la zona rural.

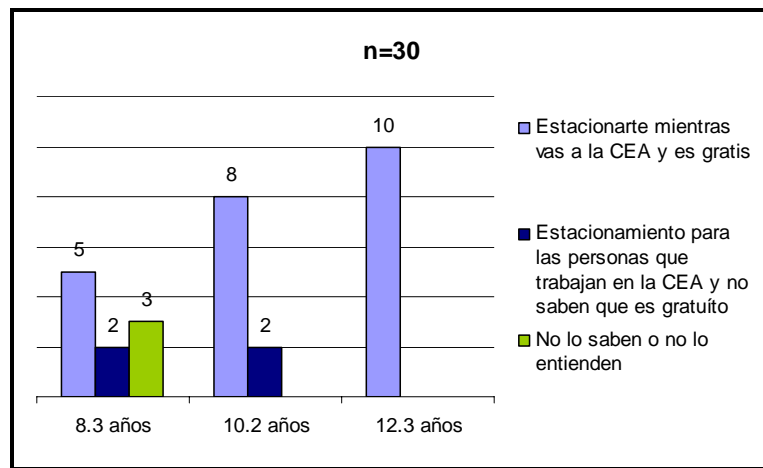


Gráfico 27 Explicaciones que dieron el total de niños de la zona rural, al letrero de “Estacionamiento Gratuito”.

Se puede observar que la gran mayoría de los entrevistados, explicaron que ese letrero anuncia que ahí te puedes estacionar y es gratis, muy pocos no saben lo que significa la palabra gratis y casi los mismos no entienden ese letrero.

Análisis de la foto “hoy se fía”

En ésta foto, se trató de indagar si los niños conocen lo que es pedir fiado, saber si tienen alguna experiencia en esta actividad. Así como también que expliquen el mecanismo para pedir fiado y las consecuencias de hacer esto.



Foto 17

Las explicaciones que dieron los niños provenientes de una zona urbana son las siguientes:

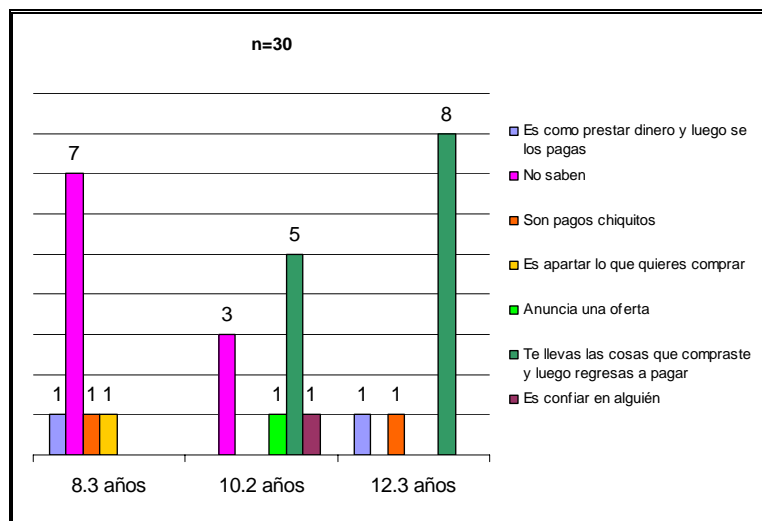


Gráfico 28 Se muestra las explicaciones que dieron los niños de la zona urbana, al letrero de “hoy se fía”

La mayoría de los entrevistados más pequeños no saben lo que es “fiar”, en cambio en los mayores todos dieron una explicación a lo que es pedir fiado. Los entrevistados de 10 años, dieron explicaciones muy variadas,

predominando la que dice que pedir fiado es cuando te llevas las cosas que compraste y luego regresas a pagarlas.

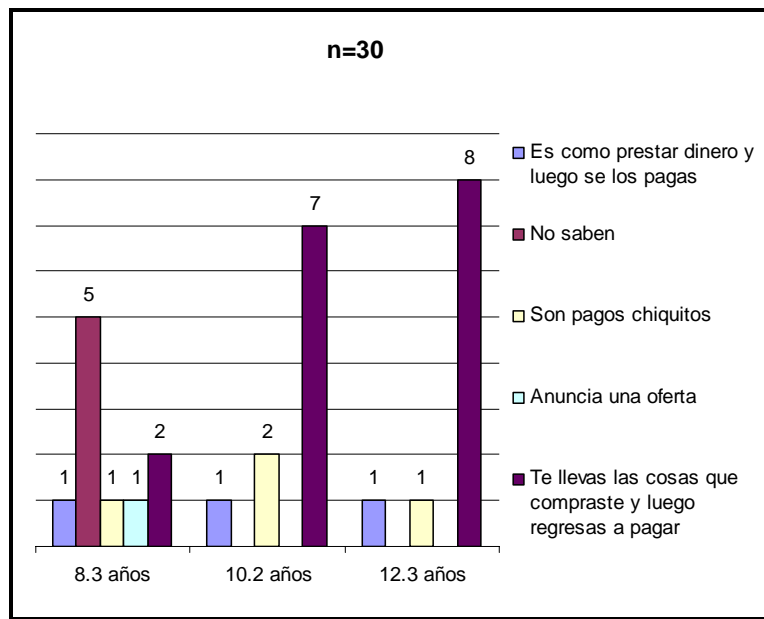


Gráfico 29 Se muestran las explicaciones de los niños de la zona rural, al letrero de “hoy se fía”

En la zona rural es donde los niños más pequeños no saben dar una explicación sobre el letrero, aún así más del 50% del total de los entrevistados dieron la explicación de que te llevas la cosas que compras y luego regresas a pagarlas.

Análisis de la foto “venta de casa”

Con ésta foto, se trató de indagar las explicaciones que daban los niños sobre la función de ese letrero.



Foto 18

Aquí se muestran las respuestas de los niños procedentes de la zona urbana

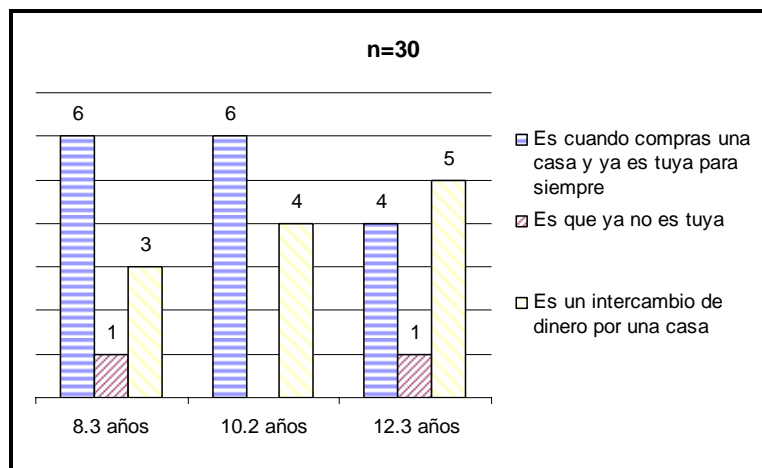


Gráfico 30 Explicación del total de entrevistados de la zona urbana, para la foto de “venta de casa”

Se puede observar que el 100% de los entrevistados provenientes de una zona urbana, dieron una explicación a lo que se refiere a la compra/venta, más de la mitad opinaron que cuando se compra una casa ya es tuya para siempre.

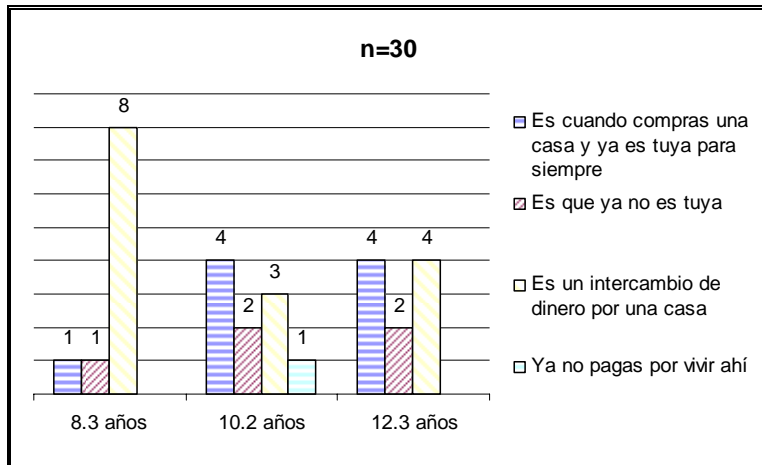


Gráfico 31 Explicación del total de niños de la zona rural, para la foto de “venta de casa”

Análisis de la foto “renta de casa”

Con ésta foto, se trató de indagar cuales son las explicaciones que daban los niños de la función de ese letrero.



Foto 19

Se muestra las respuestas de los entrevistados procedentes de la zona urbana

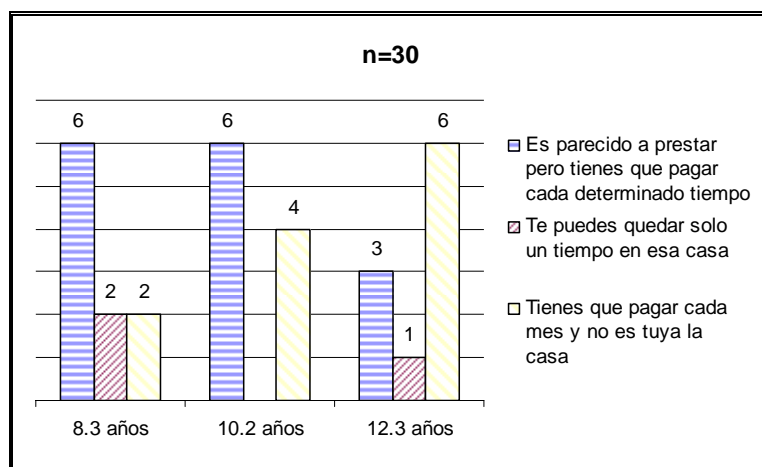


Gráfico 32 Explicación del total de niños de la zona urbana, para el letrero de “renta de casa”

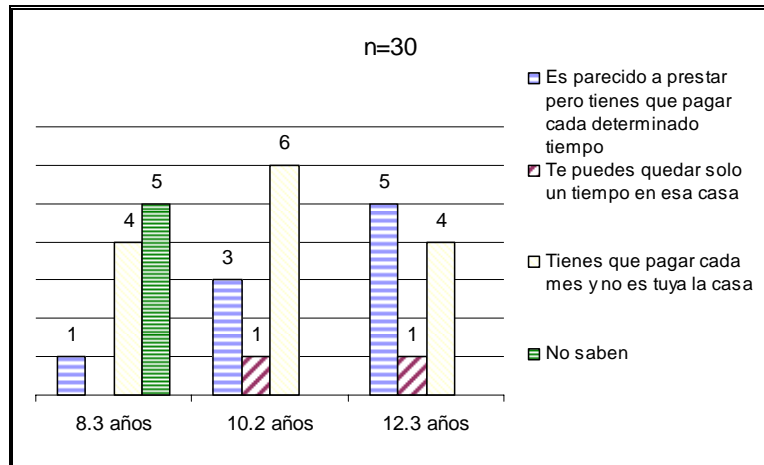


Gráfico 33 Explicación del total de niños de la zona rural, para el letrero de “renta de casa”

Con esto se ve que los niños provenientes de la zona rural y los mas pequeños, no saben lo que es rentar una casa. El contexto social y las experiencias son las que dan herramientas para adquirir nociones económicas.

Análisis de la foto “pronósticos deportivos”

Con esta foto se trató de indagar cuales son las explicaciones que daban los niños de la función de este letrero.



Foto 20

En esta gráfica, podemos observar las respuestas de los niños procedentes de una zona urbana

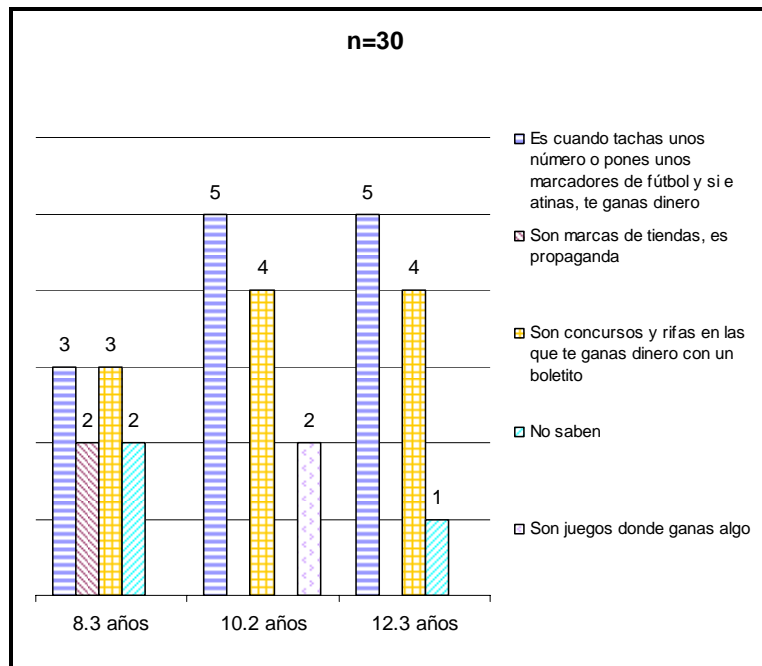


Gráfico 34 Explicaciones del total de niños de la zona urbana, al letrero de pronósticos deportivos

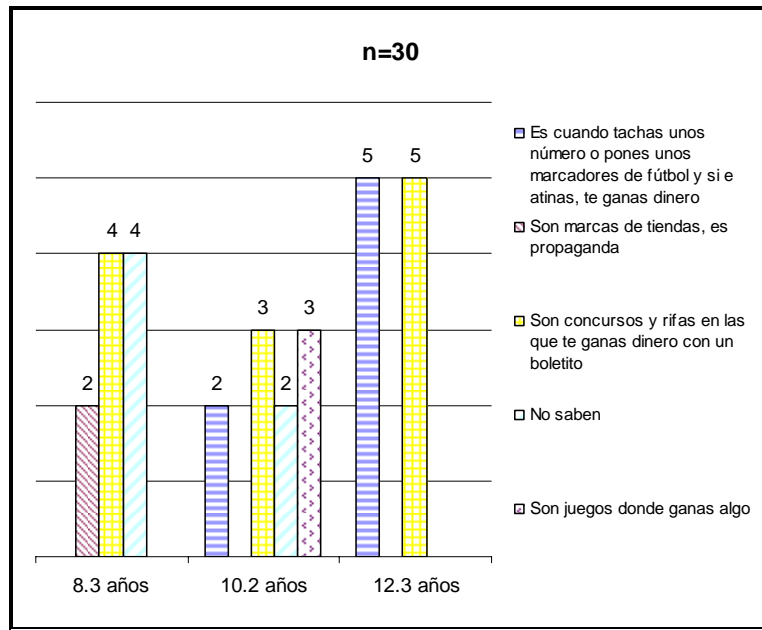


Gráfico 35 Explicación del total de niños de la zona rural, sobre el letrero de pronósticos deportivos

Estos resultados muestran que muy pocos entrevistados no saben dar una explicación a la función de este letrero, la mayoría dice que son juegos y concursos donde ganas algo, estas respuestas están claramente influenciadas por la experiencia que han tenido los niños con este tipo de concurso, por medio de la televisión y parientes que lo utilizan, aquí no influye ni el contexto social ni la edad, como podemos observar en los siguientes ejemplos:

(7.11) **¿y ese letrero, que anuncia?** –ah... mi tío compra de eso de melate y dice que es para ganar dinero.

(8.7) **¿Que es esto de pronósticos deportivos?** - Es cuando le atinas al número que es, te dan dinero, he visto los anuncios en la tele.

(9.11) - Lo de melate no se que sea, pero lo de pro gol es cuando compras un boletito y ahí viene los partidos de fut que va a ver, entonces tu pones los goles que crees que van a meter y si le atinas pues ya te ganas algo, pero no se bien que ganas.

(13.4) - Esos los pasan en los comerciales. Es de unos números que tienes que escoger para ganar dinero.

Podemos observar que no importa la edad, sino las situaciones que han vivido y la influencia de los medios de comunicación.

Análisis de la foto “sistema de apartado”

Con esta foto, se trato de indagar cuales son la explicaciones de los niños a la función del letrero de “sistema de apartado”.



Foto 21

Los entrevistados de la zona urbana, opinaron de la siguiente manera:

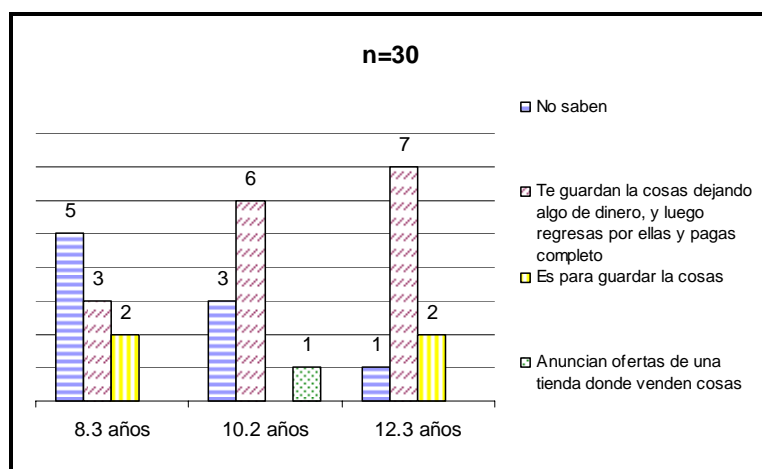


Gráfico 36 Explicación que dieron el total de entrevistados de la zona urbana a la foto de “sistema de apartado”

Los originarios de la zona rural dieron las siguientes explicaciones:

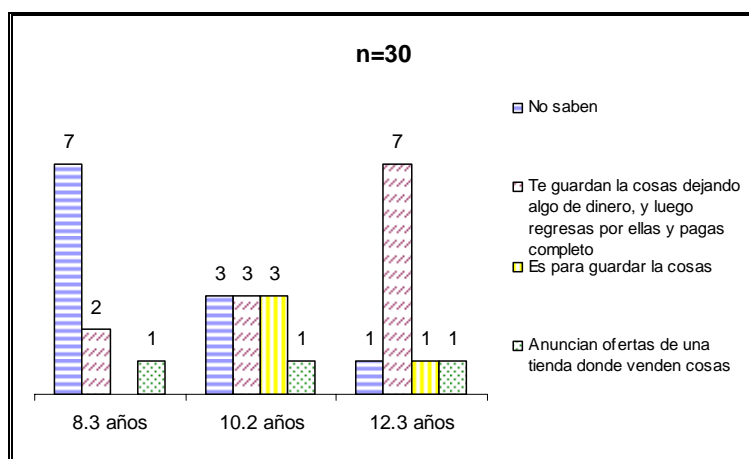


Gráfico 37 Explicación que dieron el total de entrevistados de la zona rural a la foto de “sistema de apartado”

En estos resultados se puede observar que la edad, es el principal factor para que los niños den una respuesta mas amplia, no importa el contexto social de procedencia, aunque la experiencia que han tenido también determina la explicación de los entrevistados.

La mayoría de los niños de 8 años, no supieron dar una explicación, no saben la función de ese letrero, y los más grandes gracias a su experiencia y a su nivel intelectual, dan unas explicaciones más amplias, mostrando una comprensión del letrero. Por ejemplo:

(8.5) **¿y esos letreros, para que los ponen?** - *Para... para este... hay dios, esta muy difícil. No, no se para que los ponen*

(8.7) **¿y esta foto?** - *Las ponen fuera de las tiendas para poder comprar mas, es como una oferta o algo así.*

(10) - *Que hay sistema de apartado a un mes, que dejas dinero por lo que apartes y... si no pagas en un mes ya le quitan lo apartado y lo venden a otras personas y cuando lo apartas, pues puedes ir por lo que apartaste cuando termines de pagar todo.*

(12.8) - *Eso lo ponen para vender mas y mas y ahí tienen las cosas apartadas y a fuerzas tienes que regresar a comprarlo pues ya lo pagaste.*

Análisis de “cheques”

Para conocer la explicación que tienen los niños sobre lo que es un cheque y cual es su función, se les pregunto directamente, sin mostrarles ninguna foto. Y los resultados son los siguientes:

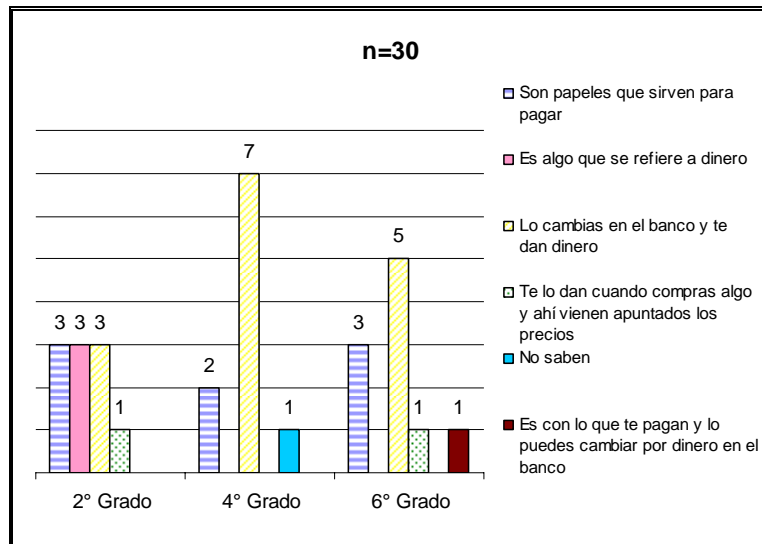


Gráfico 38 Explicación que dieron el total de niños de la zona urbana, a la pregunta: ¿qué es un cheque? y ¿para que sirve?

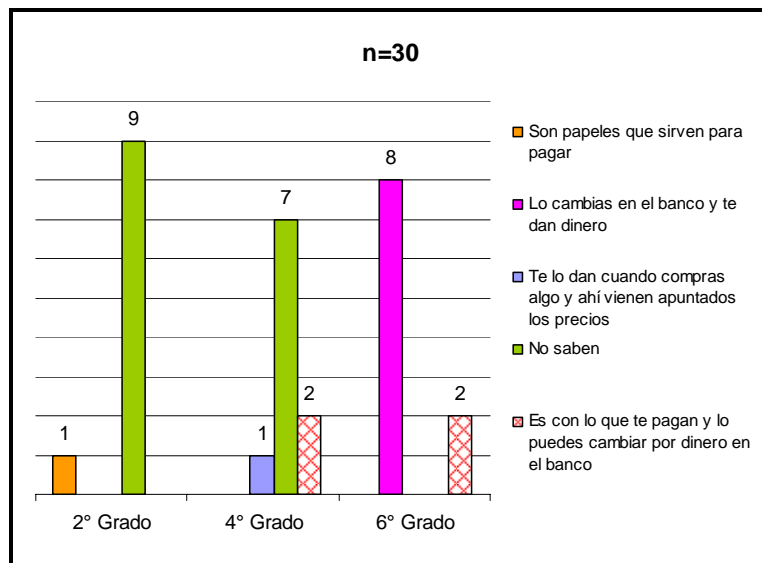


Gráfico 39 Explicación que dieron el total de niños de la zona rural, a la pregunta: ¿Qué es un cheque? y ¿para que sirve?

Se puede observar que hay grandes diferencias entre las respuestas de los dos contextos sociales, esto indica que los provenientes de un contexto social

urbano tienen más experiencia, directa o indirecta con los cheques, como se observa en los siguientes ejemplos:

(8.5) Zona Urbana **¿Qué son los cheques?** *Son como billetes, pero nada más que en un talonario, ahí tienes que poner la firma, cuanto quieres y así. ¿y para que sirven? Sirven para pagar*

(7.6) Zona Rural **¿Qué son los cheques?** *- Es un papel que le dan a las personas pero no se que mas sea*

(10.8) Zona Urbana **¿Qué son los cheques?** *-Unos papelitos, donde pones tu firma del dueño del cheque, pones la cantidad de dinero que vas a dar, y en la chequera hay un papelito del otro lado donde apuntas a quien se lo diste, entonces ya se lo das a quien tu quieras y ellos lo cambian y les dan dinero de mi cuenta, lo cambian en el banco.*

(10.8) Zona Rural *- Es como un papel que dice tu nombre y cosas así pero no se para que sirva.*

(11.10) Zona Urbana **¿y los cheques?** *- Con lo que le pagas a las personas cuando terminan su trabajo, es tu dinero pero se lo das en cheque y ellos van al banco a cambiarlo por dinero y a ti te rebajan dinero de tu cuenta del banco*

(13.4) Zona Rural *- Son papelitos, para recibir dinero de las personas que tienen dinero depositado en el banco.*

De manera semejante la edad de los sujetos muestra claras diferencias. Los sujetos más pequeños sobretodo en la zona rural desconocen lo que es un cheque y poco a poco con el incremento de edad los sujetos comienzan a dar respuestas que muestran su comprensión de lo que es un cheque y sus funciones.

Análisis de “Vales de Despensa”

Sin mostrar ninguna foto ni letrero, se les pregunto si sabían lo que era un vale de despensa, y para que servia.

Las explicaciones que dieron los niños procedentes de un contexto urbano fueron las siguientes:

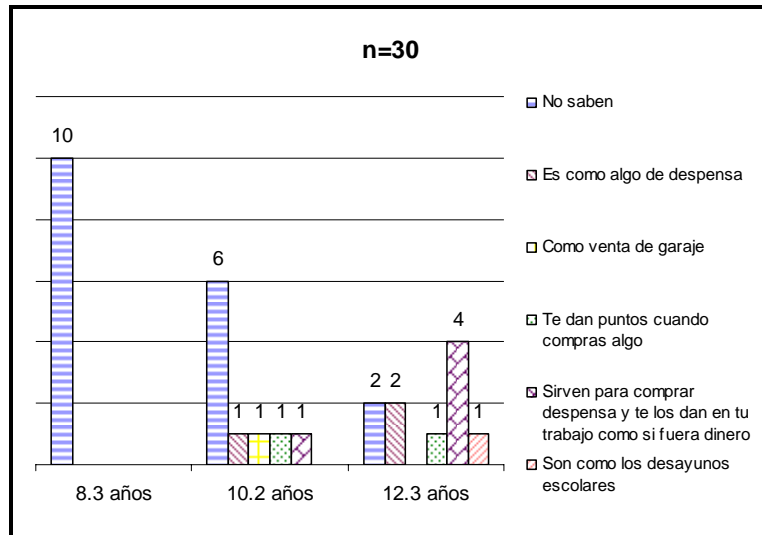


Gráfico 40 Explicación del total de entrevistados de la zona urbana, para la pregunta ¿Qué es un vale de despensa? y ¿para que sirve?

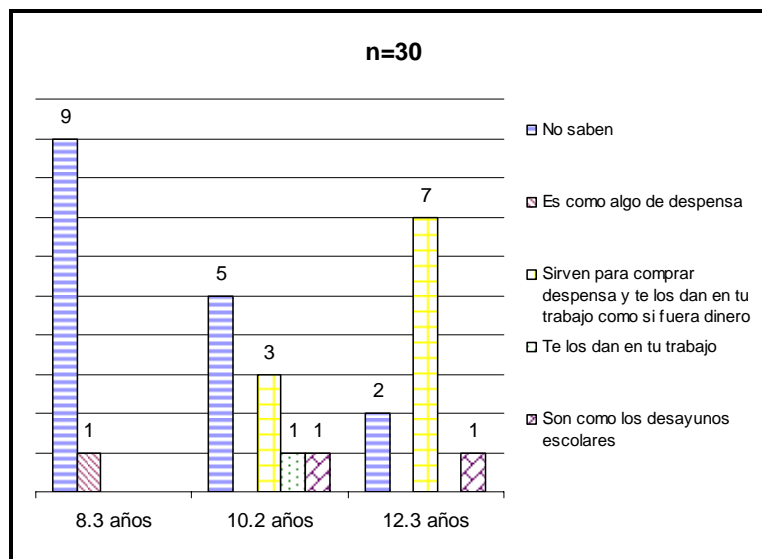


Gráfico 41 Explicación del total de entrevistados de la zona urbana, a la pregunta de ¿Qué es un vale de despensa? y ¿para que sirve?

Los resultados muestran que la mayoría de los entrevistados no saben lo que son los vales de despensa, aunque los niños más grandes dan explicaciones más amplias. Un punto que es interesante observar es que los niños de la zona rural, tienen más experiencia y cercanía con los vales, pues en la ocupación de sus padres (ver tabla...) les dan este tipo de prestación y los hijos observan y preguntan. Por ejemplo:

(7.11) Zona Urbana **¿sabes que son los vales de despensa?** *-Es como para que sirve para comer... algo como de despensa*

(10.2) Zona Urbana **¿Qué son los vales de despensa?** *-No se bien, pero has de cuenta que tu compras muchas cosas de despensa y te rebajan porque compraste muchas cosas*

(12.8) Zona Urbana ... *Los vales de despensa son cuando te ganas puntos en gigante ... parece ...*

(9.7) Zona Rural **¿Qué son los vales de despensa?** *Parece que es como dinero que te dan en tu trabajo pero no es dinero sino papeles de muchos colores pero no se bien para que sirvan esos papeles, si los he visto pero namas.*

(13.4) Zona Rural - *...son casi como dinero y te los reciben en tiendas grandes o por ejemplo aquí en la cremería te los reciben. Del trabajo de mi mama se los dan a mi mama y a aparte le dan dinero en efectivo.*

5.2 Conclusión y discusión

Los resultados presentados muestran que existen niveles de desarrollo del conocimiento económico que van adquiriendo los niños mediante la socialización, (como ya ha sido señalado por diversos autores mencionados a lo largo de los capítulos del marco teórico referencia de esta tesis), existiendo tres factores principales que la determinan, en un primer lugar esta la experiencia, otro factor es su edad y nivel de desarrollo intelectual y por último esta el contexto social de procedencia. En las siguientes líneas se exponen estos tres factores: experiencia directa o indirecta, edad y contexto social de procedencia.

En cada una de las entrevistas se observó que los niños provenientes de un contexto urbano dan unas explicaciones más amplias, más completas, están más fundamentadas y tienen más experiencia, pues la capacidad económica de su familia les proporciona que ellos vivan directamente la actividad económica, por ejemplo que tengan una tarjeta de crédito, que vean como sus papás llenen un cheque para pagar a sus empleados, que estén presentes cuando se compra una casa, un coche o que recorran los centros comerciales frecuentemente.

Así mismo, y como parte de su socialización los niños que provienen de una familia acomodada y que estudian en una escuela privada, interaccionan y conviven con amigos, adultos, maestros, hermanos y sus propios padres que tienen una educación académica y tienen conocimientos de las actividades económicas. Por lo tanto, y como ya vimos, los niños adquieren su conocimiento por medio de la socialización y si socializan con gente que “sabe”, pues les dan mas herramientas para dar unas explicaciones mas completas sobre las actividades económicas que se muestran en los anuncios callejeros, como se mostró en los resultados.

Por el contrario, los niños provenientes de un contexto social rural, no tienen la suficiente experiencia ya que la mayoría de sus padres no tienen estudios, no saben leer y no están preparados. Cuando uno de sus hijos les pregunta el significado de alguna actividad económica, seguramente las respuesta del

padre es “no sé” o en su defecto, le dan una contestación errónea que logra que sus hijos se confundan y no comprendan. También los niños provenientes de una zona rural, no tiene el contacto directo con muchas de las actividades económicas, aunque los letreros callejeros estén por todas partes, muchos de ellos nunca han pisado un banco o no conocen los que son las tarjetas de crédito, por dar un ejemplo.

Sin embargo, algunas de las entrevistas fueron contestadas mas ampliamente por los niños de bajos recursos, ya que la actividad que se mostraba en la fotografía la han vivido por experiencia de sus familiares, por ejemplo el pedir fiado, utilizar un sistema de apartado, o empeñar sus objetos personales, que son actividades que se realizan más cotidianamente en la gente de menos recursos. Aquí la experiencia es la esencial para determinar el tipo de explicaciones que se dieron en este estudio.

Otro ejemplo realmente significativo donde la experiencia y el contexto social de procedencia son determinantes para su explicación es en la entrevista que se realizó a la fotografía de las banderas al borde de una casa, ya que sus explicaciones se basaron en las tradiciones y cultura de su contexto social de procedencia, diciendo por ejemplo: que las banderitas al borde de una casa significan que hay alguna fiesta popular y/o religiosa. O los vales de despensa, que dieron más explicaciones los provenientes de un contexto social bajo pues sus familias utilizan esos vales.

Por otro lado y haciendo otro tipo de lectura a las entrevistas, están las explicaciones dadas por los niños dependiendo de su edad, y en los resultados se muestra que el desarrollo es otro factor que da pie al conocimiento de las actividades económicas. Sobre la mejor comprensión de este desarrollo se obtuvieron tres niveles:

Primer nivel: comprendida por los niños de 8 y 9 años

Las respuestas de los sujetos de este nivel pueden caracterizarse de la siguiente manera:

- Dar unas explicaciones muy simples o simplemente dicen que no saben, pues no se quieren comprometer en dar una respuesta que este mal. Demuestran poco interés por las actividades económicas.
- Conocen perfectamente la función del dinero, viéndolo como un intercambio de dinero por un bien o viceversa, aunque no conocen el procedimiento
- Saben que el dinero tiene un valor diferente.
- Distinguen marcas y muchas de estas las asocian con los anuncios de televisión. En pocas palabras, no ven los letreros callejeros, ven la televisión y de ahí dan una explicación simple.
- No muestran interés por los letreros que hay en la calle, no les interesa dicen que les aburre, ni siquiera los ven y mucho menos preguntan “a sus agentes de socialización (padres y amigos)” por su significado o función.

Segundo nivel: niños de 10 y 11 años

- Muestran algún interés por la publicidad callejera, les interesan los anuncios que son vistosos o llamativos.
- Dan sus explicaciones por la conjunción de sus conocimientos escolares y las preguntas a sus padres. Dan unas respuestas mas elaboradas
- Muestran algún interés por las actividades económicas, sobre todo si los involucra o están ligadas a sus intereses. Por ejemplo a esta edad ya piden fiado en la tiendita de la esquina y hacen apuestas.
- A esta edad, muchos de los niños traen dinero en sus bolsillos y comienzan su vida como agentes económicos autónomos.
- Tienen una idea muy aproximada del valor de las cosas, sobre todo de las cosas que ellos utilizan.
- La función del Banco es un poco más elaborada, aunque muchos de ellos ven al banco como algo exclusivamente para adultos.
- Muchas de las explicaciones que dan a la publicidad exterior, es tomada de lo que ven en la televisión.
- Necesitan de una imagen para poder dar una explicación, se les dificulta imaginarla pues todavía no la tienen representada, por ejemplo: las entrevistas de los cheques y los vales de despensa. No supieron dar una explicación.

Tercer nivel: 12 y 13 años

- Su vida como agentes económicos dentro de la sociedad comienza, pues aparte de que ellos traen dinero en sus bolsillos y hacen compra/venta, también muchos de ellos trabajan.
- Conocen lo que es la ganancia
- Sus explicaciones sobre actividades económicas son mas amplias y fundamentadas, influenciadas sobretodo por sus propias experiencias.
- Sus principales agentes de socialización son sus padres, con quienes tienen conversaciones sobre asuntos económicos.
- En esta edad "la adolescencia", les interesa todo lo que sea conocer, ya que eso les da mas prestigio ante sus amigos, por lo tanto al encontrarse con un letrero en la calle, van a preguntar e investigar hasta que tengan una explicación que les convenza.
- Reconocen perfectamente las marcas y reconocen el valor de las marcas.
- Acompañan a sus padres a realizar alguna actividad económica, y sus padres les permiten que ellos las realicen, con esto van obteniendo experiencia y autonomía.
- A esta edad comienzan a comprender lo que es el cambio de divisas
- Aunque su actividad económica es activa y saben muchas cosas, hay actividades económicas mas elaboradas, que todavía no identifican (a menos que tengan la experiencia) por ejemplo los traspasos, la venta de saldos, la definición de un contratista, proveedor, usuario, los intereses, inventario, etc.
- No necesitan de una imagen para poder dar una explicación de las cosas, ya tienen la representación de muchas actividades, por ejemplo: los cheques

Por lo tanto las explicaciones y opiniones que tienen los niños de los letreros, imágenes y anuncios que muestran una actividad económica, esta influida por el contexto social, la experiencia y la edad. Sin que alguno de estos factores sea determinante, sino que se dan simultáneamente.

Otro de los aspectos que se pudieron observar en esta tesis, es que los sujetos obtienen su educación principalmente de sus padres, a ellos les preguntan y platican con ellos. Sin embargo no se pudo observar si la escuela les brindaba ese tipo de conocimiento, creemos, que es de suma importancia que este tipo

de educación se les proporcione a los estudiantes, ya que se les dará herramientas para su vida cotidiana y sus relaciones sociales. Esta educación económica que notamos hace falta en la educación primaria es gracias a los estudios que se han realizado desde la psicología del desarrollo del conocimiento social, como por ejemplo, el estudio que se realizó en el 2001, sobre el análisis de libros de texto gratuitos sobre alfabetización económica, donde encontraron que si existe alguna información, sobre todo de ocupaciones, pero... por los resultados de este estudio no creemos que sea suficiente para los niños ya que sus respuestas nunca nos mostraron que el aprendizaje fuera a través de sus estudios.

Por otro lado, y desde otras perspectivas teóricas la Psicología Social le ha interesado estudiar el pensamiento y conocimiento económico de los niños. Por ejemplo, la Psicología Económica (Denigri, 2004) la cual estudia las interacciones que se producen entre los agentes económicos en espacios colectivos y en una cultura determinada. Estas interacciones han sido analizadas por algunas teorías de la Psicología Social y sobretodo por la teoría de las representaciones sociales. Esta teoría ha demostrado que se pueden generar perspectivas diferentes a las obtenidas por la teoría del desarrollo del conocimiento social, ya que ésta ha tratado de confirmar, que existe una estructura completa de conocimiento social que es universal, y que los individuos recrean progresivamente esta estructura durante su desarrollo. Con las representaciones sociales se ha postulado que la construcción del conocimiento es una empresa conjunta, que involucre a los niños y a las sociedades a las que pertenecen y que, según el grupo social de que se trate, no sólo será distinto el ritmo de desarrollo sino también el resultado. Emler, N. Ohana, J. y Dickinson, J (2003). Algunos de nuestros resultados apuntaría en dicha dirección.

Por lo tanto y para finalizar, este trabajo muestra que la Psicología Social tiene muchos campos de estudio, que se entrecruzan como es el caso de la construcción del conocimiento social y económico a lo largo del desarrollo. Tal conocimiento no solo sugiere abordajes dentro de la Psicología, sino aquellos provenientes de otras disciplinas como la comunicación, el impacto de la

publicidad, el consumo, por mencionar algunos de los reseñados brevemente en este trabajo. De esta forma, el realizar una investigación sobre estas áreas, significó un gran reto y crecimiento personal como psicóloga social, ya que esta investigación es original en estos temas, pues en México no se encuentran estudios previos. La apertura que deja esta tesis, sugiere que se debe continuar estudiando y analizando mas detenidamente muchos aspectos que no se profundizaron, y que deben ser considerados en investigaciones futuras.

BIBLIOGRAFIA

- Amsallem, M., Roussel, A y Tong-Cuong (1983). La publicidad y los niños, memoria de investigación HEC3, bajo la dirección de J.N. Kapferer. HEC.
- Atkin, C. K. (1982). Television advertising and socialization to consumer roles. In D. Pearl, L Bouhilet and J. Lazar (Eds), Television and Behavior: Ten Years of Scientific Progress and Implications for the 80s. Vol. 2.
- Barrio, G. y et al (1999) "Influencia de los programas de TV en niños y adolescentes"; (Documento www), Recuperado: <http://www.monografias.com/trabajos5/adoles/adoles.shtml>.
- Belaunzaran, M. (2005) La publicidad ¿Ángel o demonio? (Documento www). Recuperado: <http://porizquierda.blogspot.com/>.
- Blatt, J., Spencer, L. y Ward, S. (1972) A cognitive developmental study of children's reactions to televisión advertising, En television and Social Behavior, t. 4: Television in Day-to-Day Life: patters of Use, edición a cargo de E.A. Rubinstein, G.A. Comstock y J.P. Murray.
- Brée, J., (1983). La television et son influence sur la consommation des enfants: contribution a une analyse du processus, memoria para la obtención del título de especialización en Ciencias de Gestión, facultad de Ciencias Económicas de Rennes.
- Brée, J., (1995). Los niños, el consumo y el marketing. En. Paidós. España.
- Campbell, E.Q. (1969) Adolescent socialization. In D.A. Goslin (Ed.) Handbook of socialization Theory and Research. Chicago: Rand McNally.
- Carlson, L. y Grossbart, S. (1998). Parental style and consumer socialization. Journal of Consumer Research, 15.
- Chan, K. (2000) Hong Kong children's understanding of television advertising, (Documento www) Recuperado: <http://www.coms.hkbu.edu.hk/~karachan/>
- Chebat, J. C., Leonardi, J. P. y Strazzieri, A., (1978) Les jeunes face aux

mass media: des idées reçues à la réalité sociologique, estudio realizado en el IAE de Aix-en-Provence.

Coll, J.; Palacios, J.; y Marchesi, A. (1992) Desarrollo Psicológico y Educación. Ed. Alianza. Madrid.

CRIOC, (1983) Les enfants et la publicité télévisée, Bruselas, CRIOC-Vie ouvrière.

Danziger, K (1958), Children's earliest conceptions of economic relationships, En: Journal of Genetic Psychology, 91, pag. 231-240.

Delval, J. (1989) La construcción de la representación del mundo social en el niño. En E. Turiel, I. Enesco, y J. Linaza (Comps.) *El mundo social en la mente de los niños*. Alianza Editorial, Madrid. España

Delval, J. (1994) El desarrollo Humano. Ed. Siglo XXI. México

Delval, J. (2001) Descubrir el pensamiento de los niños. Introducción a la práctica del método clínico, Ed. Paidós, Barcelona. España

Delval, J.; Enesco, I.; et al (1995) La comprensión de la organización social en niños y adolescentes. Ed. Ministerio de Educación y Ciencia. Madrid España.

Denigri, M (2000), La construcción de conceptos económicos, ¿cómo comprenden los niños y adolescentes la economía? (Documento www) Recuperado:
http://educa.consumidoresint.cl/doctos/construccion_conceptos_economicos.rtf.

Denigri, M. (2004) Introducción a la psicología económica. (Documento www) Recuperado:
http://www.psicologiacientifica.com/publicaciones/biblioteca/articulos/ar-denegri02_1.htm.

Diez-Martínez, E. y Guerra, E. (1997) "La organización y el funcionamiento social en el niño y el adolescente: perspectivas, problemas y aportaciones", Anuario de Investigación, Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco, México.

- Diez-Martínez, E. y M. Sánchez (1999), "Concepciones de los niños mexicanos sobre el trabajo de sus padres y el de otras personas: los mecanismos de obtención de empleo y las fuentes de remuneración del mismo", *Revista Latina de Pensamiento y Lenguaje*, vol. 7, invierno 1998-1999, Sociedad Americana de Pensamiento y Lenguaje, México, pp 31-52
- Diez-Martínez, E. S. Miramontes y M. Sánchez (2001^a) "Las ocupaciones como elementos de la 'alfabetización económica' y su reconocimiento a través de la televisión: un estudio evolutivo con niños y adolescentes". *Comunicación y Sociedad*, vol 36, Departamento de estudios de la comunicación social, Universidad de Guadalajara, México, pp 129-158
- Diez-Martínez, E. (2001b) "Análisis de los contenidos del libro gratuito para el alumno de nivel primaria sobre 'alfabetización económica': el caso del trabajo y las ocupaciones", *Revista Mexicana de Investigación Educativa/Plaza y Valdés/Universidad Pedagógica Nacional*, pp. 263-281.
- Diez-Martínez, E. (2001c) "Mexican children's and adolescents understanding of unemployment", *Journal of Children's social and economic education*, vol. 5-1, Jonh Price Editors, Inglaterra, pp 159-169.
- Diez-Martínez E. (2003) "La comprensión de la organización social en el niño y el adolescente", En: *Tramas 20*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, pp 97-113.
- Dumount, P. (2001) "Los niños, blanco de la publicidad televisiva", (Documento www) Recuperado: <http://www.metabase.net/docs/bn-cr-r/025783.html>
- Elena, (2003) *Mensajes subliminales*. (Documento www) Recuperado: <http://rincondelvago.com/mensajes-subliminales>
- Emler N, Ohana J y Dickinson J. (2003) *Las representaciones infantiles de las relaciones sociales*, en José Antonio Castorina (Comp.) *Representaciones sociales. Problemas teóricos y conocimientos infantiles*. Ed. Gedisa, España, pp 65-89
- Furth, H. G. (1980). *The World of grown-ups. Children's conceptions of society*. Nueva York.
- Galindo, S. J. (1997). *La publicidad exterior*, (Documento www) Recuperado:

- Grabner, U., (1980) Speechfree measurement of advertising impact of children. Actas del seminario children and Young People: Marketing and Social Research, ESOMAR, Baden-Near-Vienne. Nov 1980
- Greenberg, B.S., Fazal, S. y Wober, M. (1986) Children's Views on Advertising. London: research department, Independent broadcasting Authority.
- Guerrero, L., Ayestaran, M. y De Abreu, V. (2000). Publicidad Exterior, ¿Es contaminante?. (Documento www) Recuperado: <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/publicidacontaminante.htm>
- Gunter B. y Furnham A. (1998). Socialization of Chile Consumer. En: Children as Consumers. A psychological analysis of the young people's market. Ed Routledge. London.
- Hamdi, A. (1984) Les effets de la publicité télévisée sur le comportement des enfants, tesis para la obtención del doctorado en Ciencias de la Gestión, Facultad de Ciencias Económicas de Rennes, 1984.
- Harré, R. y Lamb, R. (1992) Diccionario de psicología social y de la personalidad. Barcelona. Ed. Paidós.
- Horande, B. (1990) La publicidad: ¿Una influencia mayor sobre el menor? (Documento www) Recuperado: <http://www.webmediaven.com/influencia/>
- Jahoda, G. (1979). The construction of economic reality by some Glaswegian children. European Journal of Social Psychology, n. 9 pag. 115-127.
- Jahoda, G. (1981) The development of thinking about economic institutions: the bank. Cahiers de Psychologie Cognitive n. 1 pag. 55-73
- Kapferer, J. N., (1985) L'enfant et la publicité: les chemins de la séduction. Ed Dunod, Collection. Paris France.
- Kapferer, J. N. y Lyon, J., (1983) L'enfant et la publicité: phase quantitative,

IREP

Le Bigot, J. Y., (1980) The economic influence of young people in France... its philosophical implications. Actas de seminario Children and Young People: Marketing and Social research. ESOMAR. Baden-Near-Vienne.

Lea, S.E. y Tarpy, R.M. (1987) of Economic Psychology. Cambridge University Press. New York.

Maryam, A. y Mehdí, M. (2005) "Influencia de los anuncios publicitarios, sobre la elección alimentaría en los niños, (Documento www) Recuperado <http://www.siicsalud.com/dato/>. Teherán, Irán.

Mc. Neal , J. U., (1987). Children as Consumer, Bureau of Business Research, Lexington Books

Mc. Neal, J. U., (1969) The child consumer: a new Market, Journal of Retailing, No. 45

McLuhan, M. (1996) Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano. Ed. Paidós Comunicación. España.

Moschis, G. P., (1987) Consumer Socialization: a Life-Cycle Perspective, Lexington Books.

Moschis, G.P. y Moore, R. L. (1979) Family communication and consumer socialization. En: W. L. Wilke (Ed.), Advances in Consumer Research, Vol. 6.

Moschis, G.P. and Moore, R.L. (1981). The effects of family communication and mass media use on adolescent consumer learning. Journal of Communication, 31.

Moschis, G.P., y Churchill, G.A. (1978). Consumer socialization: A theoretical and empirical analysis. Journal of Marketing Research, 15.

Moscovici, S. (1994) The phenomenon of social representations. En R.M. Farr y S. Moscovici (Eds.): Social representations. Cambridge: Cambridge University Press.

- Muñoz G. F. (s/f) "Niños adolescentes y medios de comunicación".
(Documento www) Recuperado <http://www.svnp.es/Documen/comunica.htm>.
- Packard, V. (1989) Las formas ocultas de la publicidad y propaganda. Ed. Sudamericana. Buenos Aires.
- Parsons, T., Bales, R. y Shils, E. (1953). Working Papers in the Theory of Action. Glencoe. IL: The Free Press
- Pastore, P. (2000) Etica en la publicidad en Internet. El consumidor virtual. Cartagena
- Pérez Montero, A. y Rodríguez Laguía, F. (1993) Recursos Educativos, (Documento www) Recuperado http://www.cnice.mecd.es/recursos2/e_padres/html/intesoninos.htm#, Madrid.
- Pontificia Comisión para los medios de comunicación social (1971) Communio et Progressio. (Documento www) Recuperado http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_23051971_communio_sp.html
- Psathas, G. (1957) Ethnicity, social class and adolescent independence from parental control. American Sociological Review, 22.
- Quintanilla, P. I. (1997) Psicología Económica, McGraw-Hill. España
- Recalde, L. A. (1997) Reflexión sobre si la publicidad tiene la capacidad de introducir valores. (Documento www) Recuperado: <http://www.monografías.com/trabajos10/publi/publi.shtml>
- Riesman, D. y Roseborough, H.,(1955) Careers and consumer behavior, en Consumer Behavior, t.2 Ed. Lincoln Clarck, New York University Press.
- Roberts, D. F., et al, (1980) Developing discriminating consumers, Journal of Communication, n. 30
- Robertson, T. S. y Rossiter, J. R. (1974) Children as commercial persuasion: an attribution theory analysis, Journal of Consumer research.

- Rossiter, J. R., y Robertson, T. S., (1975) Children's television viewing: an examination of parent-child consensus, *Sociometry*, n. 38
- Russell, J. Thomas (2005) *Kleppner Publicidad* (16a. ed.) Pearson Educación. México
- Ryan, M.S. (1965). Factors related to satisfaction with girls' blouses and slips: A comparison of mothers' and adolescent daughters' opinions, New York: Cornell University, Agricultural Experiment Station Bulletin 1003, May.
- Saunders, J.R., Samli, A.C. y Tozier, E.F. (1973) Congruence and conflict in buying decisions of mothers and daughters. *Journal of Retailing*, 49.
- Schneider, C. (1987) *Children's Television: The Art, the Business and How It Works*. Lincolnwood, Chicago: NTC Business Books.
- Sellers, P., (1989) The ABC'S of marketing to kids, *Fortune*, n. 119
- Soto, R, J. (2002) La influencia negativa de la televisión. (Documento www) Recuperado:
<http://www.sodepaz.net/modules.php?name=News&file=article&sid=2076>
- Strauss, A., (1952), The development and transformation of monetary meaning in the child, *En: American Sociological Review*, n. 17
- Tinoco, M. R. (1998) Mensajes subliminales: "La mente ve, lo que el ojo no puede ver". (Documento www) Recuperado:
http://rincondelvago.com/mensajes-subliminales_1.html.
- Turiel, E.; (1994) *El desarrollo del conocimiento social. Moralidad y Convención*. Ed. Debate. Madrid
- Van Raaij, F., (1986) Cognitive and affective effects of TV advertising on children, en *Comercial televisión and European Children*, edición a cargo de S. Ward
- Van Raaij, F.; Van Veldhoven, G.M. y Wärneryd, K. E. (1988). *Handbook of Economic Psychology*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.

- Vener, A. M. (1957) Adolescent orientation to clothing: A social psychological interpretation. Unpublished doctoral dissertation, Michigan State University.
- Veracohea, F. (1997) Las formas ocultas de la publicidad. (Documento www) Recuperado: <http://www.monografias.com/trabajos12/formocul/formocul.shtml>
- Villasmil, J. (1999) Influencia de los programas de televisión en niños y adolescentes. (Documento www) Recuperado: <http://www.monografias.com/trabajos5/adoles/adoles.shtml>. Venezuela.
- Wackman, D. B., Wartella, E., y Ward (1979) Children's Information Processing of Television Advertising, documento de trabajo, Universidad de Minnesota.
- Ward, S. (1974) Consumer socialization. *Journal of Consumer Research*, 1.
- Ward, S. y Wackman, D. B., (1972) Children's influences attempts and parental yielding, *Journal of Marketing research*, n. 9
- Ward, S., Walkman, D. B., y Wartella, E., (1976) The development of consumer information processing skills: integrating cognitive development and family interaction theories, *Advances in Consumer Research*, n. 4
- Ward, S., Walkman, D. B., y Wartella, E., (1977) *How Children Learn to Buy: the Development of Consumer Information Processing Skills*, Beverly Hills, Sage Publications.
- Ward, S., y Wackman, D. (1972) Television advertising and intra-family influence: Children's purchase influence attempts and parental yielding. *Journal of Marketing Research*, 9.
- Webley, P. (1996). Jugar el mercado: El mundo económico autónomo de niños. En P. Lunt y A. Furnham (Eds), *socialización económica: la creencia y los comportamientos económicos de los niños jóvenes* (pp. 149-161).
- Young, B. (1986) "New approaches to old problems: the growth of advertising

literacy”, en *Comercial Television and European Children*, edición a cargo de S. Ward, T. Robertson y R. Brown, Gower Publishing Company.

PRECIOS DE FÁBRICA

Opiniones y explicaciones que dan los niños que cursan el segundo grado de primaria, procedentes de un contexto social alto.

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.1	No sé
8.3	Es para anunciar que hay una fábrica que se vende
8.5	No sé, que le ponen precios, pero no se que significa de fabrica, parece que es lo único que no lo se.
8.5	No sé, nunca lo he visto.
8.5	Aquí dan precios, dan precios de algo, de fábrica. Y son mas caros, porque son de fabrica y son mas grandes
8.5	No se, ni idea
8.7	Si, ha de ser que ahí es una fábrica
8.10	Que ahí venden lo que hace la fábrica Es mas caro porque esta recién salido de la fábrica y es más caro
8.7	Lo dan más barato, me imagino No sé que signifique, nada mas se lo que es fábrica.
8.7	No, para nada

Tabla 9

PRECIOS DE FÁBRICA

Opiniones y explicaciones que dan los niños que cursan el segundo grado de primaria, procedentes de un contexto social bajo.

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.7	A de ser que se vende la fábrica
8.3	No sé, nunca lo he visto
7.11	No sé
7.6	No sé
8.5	Se venden cosas en una fábrica
8.7	Un letrero que anuncia precios de algo, pero no se de que
8.9	De que se vende algo
8.11	Es una fábrica donde venden cosas, como televisiones o algo así y tu las puedes comprar ahí, pero no se que signifique bien el letrero.
9	Es para anunciar una fábrica
8.1	No sé

Tabla 10

PRECIOS DE FÁBRICA

Opiniones y explicaciones que dan los niños que cursan el cuarto grado de primaria, procedentes de un contexto social alto.

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
10.5	Dan los precios que ellos ponen en la fábrica, los tienen a los mismos precios que lo se los dan en la fábrica
10.5	Que hay mucho precios en la fábrica
10.4	Pues que los precios los ponen los de la fábrica, para que la gente lo pueda vender.
10.11	Ahí te esta diciendo que los precios son de fábrica, entonces puedes ir a esa tienda y comprar una cosas que están baratas
10.8	Son las tiendas que venden como se los vendieron a ellos
10	Que te dan las cosas al precio que las fábricas lo dan. Es mas barato
10.2	Es para que vean donde hay una fábrica
9.11	Lo que cuesta la fábrica
10.5	Que se vende la fábrica
10.11	Que te dan las cosas a buen precio, como si fueras a la fábrica a comprarlos

Tabla 11

PRECIOS DE FÁBRICA

Opiniones y explicaciones que dan los niños que cursan el cuarto grado de primaria, procedentes de un contexto social bajo.

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.10	Anuncian una fábrica
9.7	Te venden cosas a precios mas baratos, salidos de una fábrica
9.11	Ahí venden ropa y zapatos que los hacen en una fábrica
10.3	No sé, nunca lo he visto ese letrero
11.2	Pues que... que se vende muchas cosas en... en madera así como de cintilla o mesas de madera, así todo de madera, sillones de madera, cajones de madera, todo de madera, libreros de madera.
10.8	Venden cosas que hacen en las fábricas y son más baratos
9.7	No sé
9.10	Venden la fábrica
10.1	Te dan precios de fábricas que quieras comprar
10.7	No sé

Tabla 12

PRECIOS DE FÁBRICA

Opiniones y explicaciones que dan los niños que cursan el sexto grado de primaria, procedentes de un contexto social alto.

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
11.10	Que no te dan el precio original A veces es más barato porque no traen ofertas ni nada, y entonces te conviene mas el otro que trae descuentos.
12.7	Que los venden al mismo precio a que los compraron, ya no les suben y así no recuperan el dinero, no tienen ganancias.
12.7	Que a la hora de las comprar, bueno que tú vas a comprar, no te suben el IVA ni nada, que de la fábrica, así como se lo venden a la tienda, así te lo dan a ti.
12	Como que te dan un precio por una fábrica que compres
13.4	Que lo venden directo de la fábrica, sin que los productos los manden a una tienda, y es mas barato
11.10	Es para que compres cosas que venden en la fábrica, pero no se bien
12.2	No sé, nunca he visto ese letrero
12.8	Ahí es Outlet el punto, esta por mi casa, ahí venden cosas mas baratas que en otras tiendas, las venden de la fábrica y no le suben.
12.4	Se venden fábricas o algo así, como que te dan el precio ahí
11.10	Es cuando te venden las cosas al precio que les da la fábrica, y han de vender muebles o algo así.

Tabla 13

PRECIOS DE FÁBRICA

Opiniones y explicaciones que dan los niños que cursan el sexto grado de primaria, procedentes de un contexto social bajo.

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
12.1	Pues como que se venderá la fábrica.
12.3	Es cosas que... las venden pero así como se las dan en la fábrica, a precio que se lo dan en la fábrica. Es más barato.
12.8	Que dan precios de fábricas. Pues no se, que te dan precio especial, mi mamá me ha platicado mucho de las fábricas pero de eso no.
13.2	Pues aquí de precios de fábrica como... un agua te la dan por mayoreo, o sea a precio de fábrica, te lo dan más barato, al precio que el fabricante se lo da al distribuidor
13.4	Las cosas que venden ahí las tienen a precios de fábrica. Los de la fábrica están más baratos.
13.4	Cuando venden, por ejemplo esto (señala botella de agua), la venden mas barata a precios de como lo da la fabrica para que lo vendan.
13.6	Que venden así como muebles, te venden tenis, abarrotos. Que los señores de la fábrica les dan los precios de las cosas que venden. Es un poco más caro los de a precios de fábrica.
12.5	Te dan el precio que vale la fábrica, por si la quieres comprar.
11.11	No sé
12.5	Que las cosas que hacen en las fábricas te las venden sin subirle impuestos o esas cosas, y es más barato

Tabla 14

CAJERO AUTOMATICO

Muestra las opiniones y explicaciones que tienen los niños de segundo grado de primaria de un contexto social alto, sobre la “función” del cajero automático, la “experiencia” que han tenido en visitarlos y la “explicación” de cómo llega el dinero al cajero automático y de quién creen que es ese dinero.

EDAD	FUNCION	EXPERIENCIA	EXPLICACION
8.1	este es para canjear el dinero se le mete, le, le pones, te dan dinero y... y le metes primero como una tarjeta y luego te sale dinero	si	pues del banco este...uhm... tu vas por ese dinero y... con eso puedes ayudar a las personas y no gastártelo en cosas como... como... y ese dinero ya es tuyo.
8.3	para que saques dinero en el cajero metes tu tarjeta y pones un número y te sale el dinero	si	es de la tarjeta tienes que ir al banco a comprarla. yo nada mas he visto que a mi papá le dan muchas tarjetas en el banco.
8.5	has de cuenta que tu tienes una tarjeta y tienes un hijo y va a ser su cumpleaños y le quieres regalar algo y no tienes dinero, entonces vas al cajero automático y así vas a sacar dinero	si y mi mama la usa mucho	pues de quien lo tenga de la tarjeta, nada más que el dinero no se de donde sale o que o como el dinero llega ahí porque lo copian, pero quien sabe como
8.5	pues les da dinero, con la tarjeta	no, nunca, siempre me quedo en el coche	de las personas no se como consiguen la tarjeta

8.5	cajero automático, que es un cajero que has de cuenta quieres... si quieres algo darle a un señor en un banco, bueno no en un banco si no te lo devuelve automáticamente ya no me acuerdo, es que fui desde los 6 años	si, ya no me acuerdo, es que fui desde los 6 años	ya no me acuerdo
8.5	es un cajero automático, este... que trabaja solo, que tu solo pones el dinero, como una maquina que le metes la tarjeta y le picas los botones y te devuelve el dinero que quieres	si	del banco, es tuyo y del banco, que tu metiste en el banco y esta guardado, vas a ese tipo de banco, pero como están ocupados ponen máquinas, tu metes y te dan dinero, porque en tu tarjeta viene todo, tu nombre y todo ahí, y la maquina ya sabe y ya te da lo que quieres
8.7	para sacar tu dinero automático, para sacar tu dinero meten la tarjeta, ponen cuanto quieren y ya les sale el dinero, luego les sale una hojita y la tarjeta	si con mi papa y con mi mama	pues de mis papás
8.10	es para sacar dinero le aprietas unos botones y te da el dinero	si	es tuyo, tu lo guardas en el banco y lo puedes sacar
8.7	ahí te guardan el dinero metes el dinero, y como en las maquinitas sacan boletitos y metes el dinero y se va solito el dinero. cuando lo sacan, no he visto como le hacen	si con mis papas	es tu dinero

8.7	es un lugar donde sacan dinero los papás no me he fijado, no sé	con mis papás	de mis papás
-----	--	---------------	--------------

Tabla 15

CAJERO AUTOMATICO

Muestra las opiniones y explicaciones que tienen los niños de segundo grado de primaria de un contexto social bajo, sobre la “función” del cajero automático, la “experiencia” que han tenido en visitarlos y la “explicación” de cómo llega el dinero al cajero automático y de quién creen que es ese dinero.

EDAD	FUNCION	EXPERIENCIA	EXPLICACION
8.7	Es algo como de dinero, pero no se bien	No	No sé
8.3	Con una tarjeta de dinero la metes y te sale dinero	Cuando era mas pequeño	Quien sabe
7.11	Quien sabe que sea eso	no	No
7.6	No sé, no los he visto nunca	no	No
8.5	Cuando quieres dinero y no tienes, pues vas ahí, pero necesitas como unos boletitos y le aprietas botones	Solo cuando paso por fuera y me fijo	Del camión que trae el dinero para pagar
8.7	Cuando te pagan en tu trabajo vas por el dinero ahí	Si, con una tía	Pues de mi tía
8.9	Es como algo de dinero, que puedes ir por el ahí, pero no se como	No, nada mas en la tele	Pues del banco
8.11	Es un banco, ahí te guardan tu dinero y lo puedes sacar cuando lo necesitas	Nada mas lo he visto	Del banco
9	Para sacar dinero, pero no se como , parece que con una credencial o algo así	Por fuera, me fijo	A de ser del que guarda el dinero en el banco
8.1	Si lo he visto pero no se para que sea	De pasada	No sé

Tabla 16

CAJERO AUTOMATICO

Muestra las opiniones y explicaciones que tienen los niños de cuarto grado de primaria de un contexto social alto, sobre la “función” del cajero automático, la “experiencia” que han tenido en visitarlos y la “explicación” de cómo llega el dinero al cajero automático y de quién creen que es ese dinero.

EDAD	FUNCION	EXPERIENCIA	EXPLICACION
10.5	Para que puedas ir a sacar dinero Metes tu tarjeta y pones tu clave y dices que cantidad quieres y ya te sale el dinero	Si	Tuyo, es el que tu depositas en el banco. Para conseguir la tarjeta tienes que abrir una cuenta bancaria y ya te la dan.
10.5	Es una cajero automático de un banco donde metes tu tarjeta y ahí debes de tener cuidado porque a mi papa le clonaron su tarjeta y le estaban robando	Si	De quien deposita el dinero, en este caso de mis papas
10.4	Para que te dan dinero y nada más. Le metes la tarjeta y le pones, le aprietas el numero que quieras, y luego ya no se	Si	Del banco, es de la tarjeta y después pagas la tarjeta
10.11	Es una máquina para que sea más rápido lo vas a hacer.	No	No sé
10.8	Para sacar dinero y para revisar tu cuenta. Metes tu tarjeta del banco al que la estas metiendo y le picas unos botones, le pones un código y le pones cuanto dinero quieres sacar.	Si	No sé

10	Es un cajero que vas a sacar dinero Metes una tarjeta y luego metes un código	Si	Cuando quieres guardar dinero, lo metes al banco y te dan una tarjeta y cuando quieres lo puedes ir a sacar
10.2	Es como un banco No me acuerdo	No	No me acuerdo
9.11	Para ir al banco y que te den dinero Metes la tarjeta y pones cuanto dinero vas a querer y ya te lo dan	Si	Del banco, del cajero
10.5	Es para sacar dinero con tu tarjeta	si	Es tuyo y ahí lo guardas
10.11	Metes tu tarjeta y das una clave y te dan dinero	si	No sé

Tabla 17

CAJERO AUTOMATICO

Muestra las opiniones y explicaciones que tienen los niños de cuarto grado de primaria de un contexto social bajo, sobre la “función” del cajero automático, la “experiencia” que han tenido en visitarlos y la “explicación” de cómo llega el dinero al cajero automático y de quién creen que es ese dinero.

EDAD	FUNCION	EXPERIENCIA	EXPLICACION
11.2	Aquí es donde se mete el dinero para guardar, en un banco, para guardar dinero y cuando lo quieran sacar pues meten su tarjeta. Llevo mi tarjeta y luego... les enseño mi tarjeta para que saque dinero y... pues me lo dan y cuando quiera sacar otra vez, llevo mi tarjeta y ahí me lo dan	Sí, de chiquita cuando tenía como 6 años o 7 Con mi mamá y con mi papá	Pues tal vez, es de mi papá o de mi mamá, porque nosotros casi no metemos, si nos dan, pero no queremos meter tanto, pero pues... nosotros también tenemos
8.10	Es un banco, para guardar dinero y ahí puedes ir a sacar dinero cuando lo necesites con una como credencial o algo así	No me he metido nunca	De quien quiere guardar el dinero
9.7	Le aprietas unos botones y te da dinero, es el banco	Me fijo en la tele	Del banco yo creo

9.11	No sé, quien sabe que sea eso, si lo he visto pero no se que sea o para que sirva	Lo he visto por fuera	No sé
10.3	No me acuerdo, si sabia pero no me acuerdo	no	No sé
10.8	Necesitas una tarjeta y la metes y le dices cuanto dinero quieres, pero no se bien como funciona	No, pero me dijo mi papa	Yo creo que del banco
10.7	Es un cajero automático y sirve para sacar dinero con una como tarjeta o algo así y le aprietas botones y te da el dinero	No, pero me doy cuenta cuando paso por afuera	Pues me imagino que de quien es esa tarjeta, porque no a todos les dan tarjeta
9.7	Ah, ya se, es un cajero para que te formes y te den dinero con una tarjeta y les das tu clave o algo así y luego te sale el dinero	Si con mi papa	Pues de mi papa
9.10	No sé	no	No

10.1	Necesitas comprar una tarjeta para poder ir a sacar dinero a uno de esos, pero no se bien como sea eso	No, nunca he ido	Pues con del dinero con el que compraste la tarjeta, yo me imagino
------	--	------------------	--

Tabla 18

CAJERO AUTOMATICO

Muestra las opiniones y explicaciones que tienen los niños de sexto grado de primaria de un contexto social alto, sobre la “función” del cajero automático, la “experiencia” que han tenido en visitarlos y la “explicación” de cómo llega el dinero al cajero automático y de quién creen que es ese dinero.

EDAD	FUNCION	EXPERIENCIA	EXPLICACION
11.10	Es un cajero automático, no necesitas que te tengan que atender, sino por el mismo te puede dar todo, todo el dinero. Mete su tarjeta, pone su contraseña, se va a opciones de cheques o saldo, checas cuanto dinero tienes y en caso de que quieras dinero te da tu dinero y te da un recibo.	Si, con mi papa	Pues los que trasportan el dinero lo meten por atrás del cajero. Es del banco nacional. Cuando sacas el dinero ya viene siendo tuyo, pues lo sacas de tu cuenta.
12.7	Cajero automático, que es donde en vez de ir al banco y esperar a que te den tu dinero, te metes a un cuartito donde hay como maquinas y ahí te dan dinero. Pues metes la tarjeta y te piden tu clave o algo así, y te preguntan que cantidad quieres, y luego te dan como un recibo y el dinero.	Si, con mis papas	Es lo que le depositan de su trabajo. no tengo idea, como llega el dinero a los cajeros.
12.7	Es donde metes una tarjeta y sacas dinero. Si hay mucha gente en el banco, pues mejor vas al cajero.	Si	Tuyo, pero los bancos te lo guardan He visto que les abren por atrás, y ahí meten el dinero y luego le cierran, y luego ya metes tu tarjeta y te sale por

			adelante
12	<p>Cuando vas a sacar dinero, así como muy de prisa o algo así o que estas afuera de los bancos o en lugares de la calle, que no esta afuera de los bancos exactamente, para sacar dinero y todo eso. Primero en la puerta metes tu tarjeta, entras luego metes tu tarjeta, pones tu clave y te aparece cuanto quieres sacar si 100 o algo así lo que tu quieras y ya te sale, luego sacas tu tarjeta te dan un ticket y ya.</p>	Si, muchas veces	Es que nosotras teníamos una cuenta y así íbamos a sacar. Es mió, pero se lo encargamos al banco para que nos lo administre.
13.4	<p>Es una cajero donde vas a sacar dinero, metes la tarjeta y aprietas unos botones y luego la cantidad que quieras y te da dinero,</p>	si	De quien guarda el dinero en el banco
11.10	<p>Necesitas una tarjeta de banco que te la dan en tu trabajo, y luego ahí vas a sacar el dinero que necesites. Metes la tarjeta y te sale en una pantalla la cantidad, entonces tu le aprietas donde tu quieras y luego te sale el dinero.</p>	Si	De mi papa
12.4	<p>Te sale automáticamente el dinero por esa máquina, le metes tu tarjeta de crédito o algo así -no me acuerdo como se llama- y luego le aprietas unos botones y una clave</p>	si	Es tu salario, es tuyo

11.10	Es una banco, mero no me he fijado bien para que sirva, pero me imagino que es como para guardar tu dinero	No he ido	Pues del que lo va a guardar
12.2	Metes tu tarjeta y le pones tu clave personal del banco, luego le aprietas unos botones para que salga la cantidad que tu quieras, luego le aprietas en una cantidad y ya te sale tu dinero, luego tienes que recoger tu tarjeta porque sino te la roban. Y ya	Si	Del que tiene el dinero en el banco
12.8	Es un banco, bancomer donde puedes ir a sacar tu dinero con una tarjeta, si he ido muchas veces pero nada mas me he fijado en eso.	si	Yo creo que del banco

Tabla 19

CAJERO AUTOMATICO

Muestra las opiniones y explicaciones que tienen los niños de sexto grado de primaria de un contexto social bajo, sobre la “función” del cajero automático, la “experiencia” que han tenido en visitarlos y la “explicación” de cómo llega el dinero al cajero automático y de quién creen que es ese dinero.

EDAD	FUNCION	EXPERIENCIA	EXPLICACION
12.1	Es del cajero automático que es como,... como que sacan dinero y se llama cajero automático. Con una tarjeta que meten.	Nada mas cuando voy de pasada veo, que están haciendo eso.	Hay unos que les pagan con tarjeta y esos pueden sacar el dinero.
12.3	En la calle, yo me imagino que es de tener como una tarjeta de dinero, y poner la cantidad que quiero y sale la cantidad que necesito rápido. Pues yo me imagino que... que para ahorrar mas dinero, pero según de la tarjeta que sea, o vas al lugar para sacar la tarjeta de dinero y ya te dan la cantidad que quieres que te saquen y así te puede durar mas tu dinero, y ya cuando necesites pues ya vas a sacar más.	Si lo he visto pero no le entiendo.	No se como se consiguen las tarjetas.

12.8	Es un donde sacan dinero de los cajeros. La mete y después pone su número y ya luego dice si quiere dólares o monedas, o billetes grandes o chicos y ya le sale.	Si	De mi mama y lo tiene porque en su fabrica así cuando le van a pagar se lo mandan a uno de esos y así lo puede sacar de una caja y ya.
13.2	Es para sacar dinero del banco. Pues se mete la tarjeta y ya te dicen el número, el número de cuenta de la tarjeta y ya lo apuntan ahí y ya te dice cuanto dinero tienes y cuanto quieres sacar.	Si	Pues hay veces que la fábrica se lo deposita al empleado y ya lo saca del banco, o sea que es su paga pero se lo depositan al banco.
13.4	Dan dinero. Introduciendo una tarjeta. Poniendo la cifra y el código de la tarjeta.	No	No se.
13.4	Pues ahí sacan dinero de la maquina, nada mas por tener su numero y le pones cuanto dinero quieres y ya te lo da automáticamente.	Con mi mama y mi papa, ellos tienen tarjeta.	Pues el dinero que tengas en tu cuenta y por ejemplo si la tarjeta es mía, ahí tengo que poner mi numero y sacar mi dinero, porque esa cuenta sería mía. El dinero llega ahí por computadoras.
13.6	Cajero automático, es como si fueran los carros automáticos. Es una caja de dinero. Así se meten y se van formando, y ya cuando te toca llegar ya lo enseñas el cheque.	He visto los letreros. Yo he visto como le hacen.	Las tarjetas las meten, y a veces cobran dinero, o a veces le ponen mas a la tarjeta.

12.5	Es una banco donde vas a pagar las cosas, pero de ese cajero automático no me he fijado bien, para que sirve	Al banco si, pero a ese que esta ahí no.	Del banco
11.11	Sacar dinero del banco, de tus ahorros con una tarjeta del banco, la metes y luego le aprietas los botones y te sale el dinero	Si, con un primo	Tuyo, de lo que tienes ahorrado
12.5	Con una clave de acceso o algo así, entras al cajero y luego le dices cuanto dinero quieres y te sale el dinero, ahhh pero tienes que apretar unos botones y luego te sale un papelito	si	No sé, no le he pensado.

Tabla 10

VENTA DE COCHE

Muestra la opinión y explicación de la “función” del signo de pesos expuesto en la ventanilla de un coche, así como el “procedimiento” de compra/venta y el “valor” aproximado del automóvil mostrado en la fotografía; de niños de segundo grado de primaria de un contexto social alto.

EDAD	FUNCION	PROCEDIMIENTO	VALOR
8.5	Que se vende	Solo si tuviera un teléfono donde dar informes, el celular y le hablaría y le decía que cuanto costaba y... así me decido si lo compro o no	Quien sabe, pues como ahorita están a punto de extinción
8.5	Que se vende	Pues dándole el dinero al señor	400 pesos
8.5	Que se vende	hablar con el señor y –oiga quiero comprar ese coche- y ver si me gusta	1000 pesos
8.3	Que se vende	Pues preguntándole al señor	Como 100 pesos
8.10	Que se vende	Pues le hablaría al dueño y le diría que lo quiero ver, y luego se lo pago	Como 1000 pesos yo creo
8.1	Se vende	Dándole dinero o dándole otro coche	Unos 1500 pesos
8.5	Se vende	Junto el dinero, y me compro un coche porque no tengo a donde ir y se me cansan las piernas muy rápido y así.	10 mil pesos
8.7	Que se vende	Pues si dice el teléfono pues lo marco y ya, entonces compro el coche y ya, quedamos de vernos en algún lado y ya recojo el coche	15 mil pesos
8.7	Que se vende	Pues quien lo vende, le preguntas y ya te lo da. O a veces tienen en el vidrio de atrás el teléfono y hablas para pedir informes	Como 900 pesos
8.7	Que se vende	Primero sacaría dinero, y luego le hablaría al que lo vende, para ver a cuanto me lo vende	7 mil pesos

Tabla 21

VENTA DE COCHE

Muestra la opinión y explicación de la “función” del signo de pesos expuesto en la ventanilla de un coche, así como el “procedimiento” de compra/venta y el “valor” aproximado de automóvil mostrado en la fotografía; de niños de segundo grado de primaria de un contexto social bajo.

EDAD	FUNCION	PROCEDIMIENTO	VALOR
8.7	Que se vende	Le hablo al señor y le compro el coche	No se
8.3	Ese signo quiere decir que se vende el coche	Pues le pago con el dinero que tengo, y si me gusta lo compro	Mas o menos como 5000
7.11	Se vende ese coche azul	Pues veo el coche y si me alcanza pues lo compro	Unos 500
7.6	Se vende	Es mucho dinero que no tenemos, pero si tuviera pues le pagaría al señor del coche	Mucho, como 100 000 pesos
8.5	Se vende	Uhm... pues platicaría con el dueño del coche y ya	100 pesos
8.7	Se vende el coche	Le hablo por teléfono al señor y yo veo el coche y pues lo compro	Como 1000
8.9	Que se vende	Pues le digo al señor que quiero su coche y cuanto cuesta, y le pago con dinero	No se
8.11	Se vende	Tengo que juntar dinero y ya cuando lo tenga pues ya lo compro	No se
9	Se vende	Si tuviera teléfono anunciado el coche, pues le hablo al señor y veo al coche para ver si sirve	No se
8.1	Se vende	Le digo al dueño que quiero su coche y que cuanto cuesta y luego se lo pago.	Tal ves como 100 pesos

Tabla 22

VENTA DE COCHE

Muestra la opinión y explicación de la “función” del signo de pesos expuesto en la ventanilla de un coche, así como el “procedimiento” de compra/venta y el “valor” aproximado de automóvil mostrado en la fotografía; de niños de cuarto grado de primaria de un contexto social alto.

EDAD	FUNCION	PROCEDIMIENTO	VALOR
10.5	Se vende el coche	<i>Le hablaría al teléfono que dice, y luego le pagaría y si no tienes pues sacas dinero del banco</i>	Unos 20 mil pesos
10.5	Se vende el coche	<i>A estas alturas yo no lo compraba, pero bueno imagínate que si lo quisiera pues preguntaría quien lo vende, pues no tiene teléfono, y luego preguntas cuanto cuesta el auto que usted vende, no pues tanto, y le dices que donde lo puedes ver para conocer el coche y probarlo y ya si te convence pues lo compras</i>	Como 5000 pesos
10.4	Que se vende	<i>Ah, le hablo por teléfono y le digo que lo quiero comprar y que me lo enseñe</i>	Como 50 mil pesos
10.11	El signo es de pesos y quiere decir que se vende	<i>Le dices al señor, o debe tener un letrero de teléfono y este... le llamas y le dices que quieres comprar su vocho</i>	Como 1000 pesos
10.8	El señor quiere vender su coche	<i>Les hablo por teléfono y les preguntas como esta el coche, y les dices que lo quieres comprar</i>	Como 100 mil pesos

10	se vende	<i>Preguntaría cuanto cuesta y ver si me conviene</i>	<i>Como 150 mil pesos porque es muy barato</i>
10.2	Se vende	<i>Le dijera que cual es el teléfono y... todos sus datos y ya voy a comprarlo</i>	<i>pues como 150 mil o algo así</i>
9.11	Se vende el vocho	<i>Le hablas por teléfono, y ya te dice cuanto cuesta y si quieres lo compras</i>	<i>como 40 mil</i>
10.5	Se vende	<i>Pues ves el coche para ver si te gusta y luego lo compras</i>	<i>Como 100 mil pesos</i>
10.11	<i>Que se vende</i>	Le habló por teléfono y le digo que lo quiero comprar	<i>Unos 1000 pesos</i>

Tabla 22

VENTA DE COCHE

Muestra la opinión y explicación de la “función” del signo de pesos expuesto en la ventanilla de un coche, así como el “procedimiento” de compra/venta y el “valor” aproximado de automóvil mostrado en la fotografía; de niños de cuarto grado de primaria de un contexto social bajo.

EDAD	FUNCION	PROCEDIMIENTO	VALOR
8.10	Que se vende el coche	Le pregunto al dueño cuanto cuesta y luego lo compro	Unos 100 mil
9.7	Se vende	Le hablo por teléfono al señor y luego ya lo compro	Como 100 pesos
9.11	Ese signo significa que se vende	Pregunto cuanto cuesta y si me gusta pues lo compro y le doy el dinero	Como 50 mil
10.3	Se vende	Pregunto cuanto cuesta y si me alcanza pues lo compro	Como 100 mil
11.2	Quieren vender ese coche	Pues le digo al señor que lo quiero comprar	No se
10.8	Que se vende	Hablo con el dueño y si esta bien el coche pues ya	5000
9.7	Es que se vende ese coche	Veo el coche y si sirve bien y el motor funciona bien pues le digo al señor que se lo quiero comprar	5000 pesos
9.10	Se vende	Le hablo por teléfono al señor dueño del coche y le digo que me interesa su coche	Yo creo que como 100 pesos
10.1	Se vende	Pues lo pago y ya es mío	No se
10.7	Que se vende	Busco al dueño y compro el coche	No se

Tabla 23

VENTA DE COCHE

Muestra la opinión y explicación de la “función” del signo de pesos expuesto en la ventanilla de un coche, así como el “procedimiento” de compra/venta y el “valor” aproximado de automóvil mostrado en la fotografía; de niños de sexto grado de primaria de un contexto social alto.

EDAD	FUNCION	PROCEDIMIENTO	VALOR
12.7	Que se vende	<i>Voy con el señor o si viene un teléfono, le marcas y ya te comunicas y ya ves si te conviene y luego le pagas.</i>	Unos 100 mil pesos
12.7	Que se esta vendiendo un coche	<i>Iría a donde esta... el coche vería atrás del coche para ver si tiene teléfono, porque por lo general tiene teléfono, y entonces ya preguntamos que cuanto cuesta, y que modelo es y en que condiciones esta.</i>	Como 70 mil o algo así.
11.10	Se vende	<i>Juntando el dinero necesario, ver el coche como esta, que esta cuidado, si tiene todos los servicios, si es el único dueño</i>	Unos 25 mil
12.0	Quieren vender ese coche	<i>Es que hay algunos que tienen todo el teléfono abajo y llamando te dan toda la información, o si no le preguntas al señor que va en el coche.</i>	Ni idea
13.4	Se vende	<i>Me comunico con el señor que es dueño del coche y reviso el coche para ver si funciona bien de todo</i>	50 mil
11.10	Que se vende	<i>Le pregunto al dueño toda la información sobre el coche y si conviene pues ya le pago</i>	Como 100 mil
12.2	Es un coche que se vende	<i>Le doy un cheque al señor que quiere vender el coche por el valor del coche</i>	Unos 1000 pesos
12.8	Se vende	<i>Hago una cita con el dueño checo bien el coche, que no tenga ninguna falla, y si me gusta pues lo compro</i>	No se
12.4	<i>Quieren vender ese coche y lo anuncian así</i>	<i>Le hablo por teléfono al dueño para ver en que condiciones esta el coche y si me conviene pues lo compro</i>	<i>Yo creo que unos 20 mil</i>
11.10	<i>Se vende el coche</i>	<i>Pues busco al dueño y le pago lo que pide por el coche</i>	<i>Como 1500 pesos</i>

Tabla 24

VENTA DE COCHE

Muestra la opinión y explicación de la “función” del signo de pesos expuesto en la ventanilla de un coche, así como el “procedimiento” de compra/venta y el “valor” aproximado de automóvil mostrado en la fotografía; de niños de sexto grado de primaria de un contexto social bajo.

EDAD	FUNCION	PROCEDIMIENTO	VALOR
13.2	Se vende le coche	Pues si no tiene aquí... cómo aquí no tiene a que número o celular llamar puede tenerlo atrás o enfrente. Pues lo marcas (el tel), y pregunto con quién hablo y con quien lo puedo ver y le digo que quiero ver este vocho, y me dice pues lo puedes ver en tal lado y ya	10 mil y ya es mucho
12.3	Quieren vender ese coche	Eh... primero tengo que investigar de quien es, porque lo quieren vender y que me den el precio, ver si tienen todos los papeles y todo. Que digan, no pues si tienen todo, y pues a cuanto lo venden, en cuanto tiempo quieren que les pague o todo a la ves.	yo creo que como unos 7 mil o menos
13.6	Se vende	Así si veo ese, Vería cuanto cuesta o... si me conviene lo compro o si no.	20 mil o 15 mil
13.4	Que se vende	Preguntado al propietario. Que modelo es, que cuanto cuesta y verificarlo si esta bien. Para ver si esta bien con el precio	20 mil
12.1	Lo vende	Si “traiba” el teléfono pues le hablaba para ver en cuanto lo vendían	Unos 20 mil pesos
12.8	Lo anuncian así para que se venda	Porque mi papa antes tenía un carro y lo quería vender y lo vendió con un deste así. Pues nomás así lo traía así y le puso uno de estos, y un día que estaba trabajando nos dijo que un señor estaba interesado en el y lo vendió	200 mil o 500 mil
13.4	Que se vende	Bueno es que también lo puedes vender tu mismo, o comprarlo en agencias, pero si yo lo compro ya con otra persona a lo mejor seria mas barato pero ya sería usado. Pues solicitar al dueño, y ya tratar el asunto con el, y llegar a un acuerdo de cuanto cuesta	13 o 14 mil
12.5	Se vende	Hay que chocarlo de la maquina para ver si funciona todavía y si esta barato pues lo compro	20 mil

11.11	Se vende	Pues reviso el coche y lo compro	100 mil
12.5	Que se vende el vocho	Le hablo al dueño del coche y le pregunto cuanto cuesta y ya	No se

Tabla 25

PROHIBIDO EL PASO

Muestra las opiniones y explicaciones que tienen los niños de segundo grado de primaria de un contexto social alto, sobre la “función” del letrero y la “explicación” de lo que es propiedad privada.

EDAD	FUNCION	EXPLICACION PROPIEDAD PRIVADA
8.5	Que has de cuenta, muchos delincuentes, así ladrones se quieren robar algo y creo que no le hacen caso a ese letrero, y algunas veces creo que si le hacen caso, que leen el letrero de que es propiedad privada, de que es propiedad de alguien y es privado	Es propiedad de alguien y es privado
8.5	Que no puedes pasar, Porque es privado	Porque es privado y es de nosotros y si no quieres que pasen lo pones
8.5	Que hay un hoyo y te puedes caer, por eso no puedes pasar	Que nada mas la propiedad es de uno
8.3	Prohibido pasar, para que no pasen, para que no maltraten el jardín	Que es tuyo
8.10	Que no puedes pasar. Porque puedes maltratar el pasto, o lo acaban de sembrar y lo estropeas	Que es tuya, que tiene dueño y por eso no puedes pasar
8.1	Para que no pasen, porque es propiedad privada	Que es de alguien esa propiedad, que tiene un dueño
8.5	Lo ponen para decir que no puedes estar en el pasto, porque es un territorio prohibido. Porque puede ser que están sembrando o están regando o porque el pasto es muy frágil y le hace daño que lo pises, luego ya no se da	Que es tuyo, que no puedes entrar porque ya es mío, y ya no se puede entrar

8.7	Pues dice prohibido el paso, lo ponen para decir que no pueden pasar, porque es propiedad privada	Pues que esta privada, que no se puede entrar, que tiene dueño
8.7	No se puede pasar, Porque hay cosas con las que te puedes lastimar	Como que es de él y no lo comparte
8.7	Pues que no puedes pasar porque puede haber algo, te tienes que cuidar	Que no puedes pasar, que es privado para otras personas

Tabla 26

PROHIBIDO EL PASO

Muestra las opiniones y explicaciones que tienen los niños de segundo grado de primaria de un contexto social bajo, sobre la “función” del letrero y la “explicación” de lo que es propiedad privada.

EDAD	FUNCION	EXPLICACION
8.7	Ahí no se puede pasar porque es casa de alguien	Que es de alguien
8.3	Eso lo ponen para que la gente sepa que ahí no se pueden brincar, pues hay peligro ahí adentro	No es tuyo es de alguien más
7.11	Que no pasemos porque es de un señor y nos puede sacar si estamos ahí adentro	Es propiedad de alguien y es privado
7.6	No puedes pasar ahí	Es de alguien
8.5	Para que no entres ahí, no pises el pasto ni agarres nada	... pues es de un señor o de una señora
8.7	Tiene un dueño y no puedes pasar	No es mío, es de alguien más
8.9	No puedes pasar por ahí pues te regañan o te lleva la policía	Que es de otra persona
8.11	Prohibido el paso eso lo ponen para que no pases	Tiene dueño
9	<i>Alto, no pases por ahí puede ser peligroso, te pueden salir los perros o quien cuida</i>	Es de un dueño, es de alguien
8.1	<i>No puedes pasar ahí, porque esta cerrado y es de otra persona ese lugar</i>	Es de otras personas ese lugar

Tabla 27

PROHIBIDO EL PASO

Muestra las opiniones y explicaciones que tienen los niños de cuarto grado de primaria de un contexto social alto, sobre la “función” del letrero y la “explicación” de lo que es propiedad privada.

EDAD	FUNCION	EXPLICACION
10.5	<i>Que no puedes entrar ahí, porque es de una persona</i>	Es de una familia
10.5	<i>Que esta prohibido pasar a ese lugar que por que dizque es privado</i>	<i>Es cuando alguien dice, es mío, es mío, es privado y no se lo presto a nadie</i>
10.4	<i>De que no puedes pasar porque es un lugar privado</i>	<i>De que es personal, de que es mío</i>
10.11	<i>Que esta zona esta prohibida para pasar porque están arreglando el pasto</i>	Que es propiedad del gobierno o de alguien
10.8	<i>Que no puedes entrar porque esta privado</i>	<i>Que es de un señor y que ahí tiene sus cosas y no puedes pasar</i>
10	<i>Que no puede pasar cualquier persona a ese lugar</i>	<i>Propiedad de alguna persona</i>
10.2	<i>Que ahí es propiedad privada y no pueden pasar</i>	<i>Que es algo de una persona y si el no deja pasar pues no va a pasar nadie</i>
9.11	<i>Que no pueden pasar, que es privado</i>	<i>Que es de alguien, es propio de alguien</i>
10.5	<i>Un terreno donde no puedes pasar porque es de alguien</i>	Que tiene dueño
10.11	<i>Es un lugar que no puede pasar nadie</i>	Que es mío, o de algún señor

Tabla 28

PROHIBIDO EL PASO

Muestra las opiniones y explicaciones que tienen los niños de cuarto grado de primaria de un contexto social bajo, sobre la “función” del letrero y la “explicación” de lo que es propiedad privada.

EDAD	FUNCION	EXPLICACION
11.2	No puedes pasar por ahí, porque es de otras personas	Es de otras personas
8.10	Es un terreno que tiene dueño y no puedes pasar	Que tiene dueño
9.7	No pases, no te brinques, no arranques las flores ni pises el pasto	Es de alguien
9.11	Compro alguien ese terreno y le puso el letrero para que no pases por ahí	Tiene dueño, el que compro el terreno
10.3	No pasar por ahí	Tiene algún dueño
10.8	Que está cerrado y no puedes pasar, que no entres	Es propiedad de alguien
10.7	Prohibido pasar y agarrar las cosas que hay ahí	Es una casa de una familia
9.7	No meterse ahí	Es de alguien y tienes que pedir permiso para meterte
9.10	<i>Hay muchas cosas ahí adentro y no puedes pasar porque es de alguien esa propiedad</i>	Es privado, es de alguien
10.1	<i>Es un jardín que no puedes entrar porque es privado</i>	Tiene otro dueño

Tabla 30

PROHIBIDO EL PASO

Muestra las opiniones y explicaciones que tienen los niños de sexto grado de primaria de un contexto social alto, sobre la “función” del letrero y la “explicación” de lo que es propiedad privada.

EDAD	FUNCION	EXPLICACION
12.7	Que no puedes pasar a esa propiedad privada, que nada mas es para la persona que vive aquí, no puedes pasar	Que es tuya y no puedes pasar
12.7	<i>Que es de alguien, o sea que tiene un dueño, no es de gobierno ni es público y no pueden pasar, porque mucha gente dice, a pues esta muy padre y entra, pero es propiedad privada</i>	Que es tuya, que tiene dueño, que es de alguien y no puede entrar cualquiera, nada mas con permiso
11.10	<i>Que no puedes pasar porque no es una zona pública, es de determinada persona</i>	Es de alguien, tiene un dueño
12	<i>De que... no puedes pasar ahí, porque si pasas te puede pasar algo o te metes en un problema. Porque es propiedad privada, y si te metes pues vas a creer que te estas robando algo, por eso ponen eso</i>	Es de una familia y no puedes pasar
13.4	<i>Tiene un dueño y no te deja pasar, es de alguien y no puedes pasar</i>	Tiene dueño
11.10	No pasar ahí, es un jardín y lo puedes maltratar	Es privado ese jardín, es de alguien o de gobierno
12.4	Ponen ese letrero para que no pases por ahí, no te metas no entres a ese lugar	Es de un dueño que no te deja pasar y no quiere que pase la gente

11.10	Una casa que no te dejan pasar porque es privado	Es de una familia y no puede pasar toda la gente
12.2	No entrar por ahí, no puedes pasar, por eso dice prohibido el paso	Es de alguien
12.8	Si entras ahí te puede ir mal, porque es privado	Es privado, es de alguien de un señor o de alguien mas

Tabla 31

PROHIBIDO EL PASO

Muestra las opiniones y explicaciones que tienen los niños de sexto grado de primaria de un contexto social bajo, sobre la “función” del letrero y la “explicación” de lo que es propiedad privada.

EDAD	FUNCION	EXPLICACION
13.2	A pues es cuando, es como una fábrica que prohíbe el paso. Es propiedad privada, o una hacienda que prohíbe el paso	Pues que esta prohibido el paso, tiene dueño ese pedazo, no hay como áreas libres como la escuela que puedes entrar y no hay eso, es pública es de gobierno ahí si se puede entrar, pero... esto es como hacienda que son de ellos y no quieren que los molesten y puede ser pues fábricas
12.3	quiere decir que ahí no pueden pasar, que de esa parte no pueden pasar, es propiedad privada, y no pueden pasar ahí casi, no pueden pisar	que es solamente para ellos para los usuarios, como en una casa, no puede entrar cualquiera, tienes que tener la razón para entrar
13.6	Para que no puedan pasar, y así hay unos que se pasan	este terreno esta prohibido que pasen, así el señor dice que nada mas puede pasar su ayudante
13.4	para que no se brinquen porque es propiedad privada	que es de una persona
12.1	que no se metan ahí en el jardín, es para que no pasen y crezca bien	que no se puede meter nadie, que es de un señor.

12.8	Para que no entren, para no maltratar las plantas o malgastar, porque luego hay gente que se mete y abre las llaves a tomar agua de ahí, o se mete a cortar las flores	Que es ajeno, que es de otra persona, o que... respeten el paso, porque es una persona ajena
13.4	pues es que no te puedes meter ahí, porque es propiedad y no puedes pasar	Privado, pues por ejemplo que este salón fuera de usted y entonces esto es su propiedad y yo no puedo llegar y meterme como si fuera mi casa, pues esta propiedad es de usted, por eso se le llama propiedad privada
12.5	No puedes pasar porque es privado, es de alguien ese terreno o ese jardín	Tiene dueño, es de unas personas
11.11	<i>No entrar ahí, es privado es de un señor</i>	Es de un señor
12.5	<i>No puede entrar cualquier gente a ese lugar</i>	Porque tiene un dueño que no te deja pasar

Tabla 32

CASA DE EMPEÑO

Muestra las “opiniones” y explicaciones de la función de una casa de empeño, de niños de segundo grado de primaria en un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.5	Es donde empeñan, como en el monte de piedad, empeñan un x-box y luego le prestan dinero y hasta que les devuelvan el dinero, les devuelven el x-box
8.5	No, no sé
8.5	Ya se me olvido
8.3	Es una casa que puedes ir a ayudar, o no me acuerdo Las cosas que ya no te sirven las llevas y ahí las componen
8.10	Es un camión. no se que quiera decir “prendalana” casa de empeño
8.1	Es una marca
8.5	Que le trabajan mucho, que se empeñan mucho por algo
8.7	Aquí no entiendo, es como camionera, no se como le llaman
8.7	Empeño significa como que te ayudan
8.7	Casa de empeño. Que... los niños que están en la calle los llevan ahí

Tabla 33

CASA DE EMPEÑO

Muestra las “opiniones” y explicaciones de la función de una casa de empeño, de niños de segundo grado de primaria en un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.7	Quien sabe que sea eso
8.3	Ah... es una casa donde vas para que te den de comer
7.11	Es como cuando le echas ganas para hacer las cosas
7.6	No sé, nunca lo he visto
8.5	Es como una tienda donde compras cosas, esta en el centro de Querétaro
8.7	Es algo de dinero, pero no se bien
8.9	Nunca he visto un letrero así
8.11	Que vas a comprar cosas o algo así
9	Parece que llevas cosas para que las compongan o algo así
8.1	No sé

Tabla 34

CASA DE EMPEÑO

Muestra las “opiniones” y explicaciones de la función de una casa de empeño, de niños de cuarto grado de primaria en un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
10.5	Es como una tienda, es una tienda...
10.5	Una casa de trabajo, de mucho trabajo. nada mas he escuchado que para triunfar en la vida se necesita echarle ganas y empeño
10.4	De que es casa de... no sé
10.11	Aquí venden prendas para casas, como manteles, todo para las casas
10.8	Que es gente que construye casas y las pone donde quiera. es donde te venden herramientas para hacer tu casa. Que te empeñas para hacer las cosas, le pones esfuerzo
10	una casa rodante y empeñar es que haces esfuerzo para hacer las cosas
10.2	Que ayudan a las personas
9.11	Nada mas se que lo de empeñar es que si quieres algo, lo puedes hacer, con esfuerzo
10.5	No sé
10.11	Una casa para empeñarte, para esforzarte, ahí te ayudan

Tabla 35

CASA DE EMPEÑO

Muestra las “opiniones” y explicaciones de la función de una casa de empeño, de niños de cuarto grado de primaria en un contexto social bajo.

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
11.2	Es donde llevas cosas para que te den dinero por ellas, pero no me acuerdo bien
8.10	Cuando quieres hacer algo pues vas ahí y te dicen como hacerlo, hacerlo con empeño para que te salga bien
9.7	Es como una casa donde venden cosas, es como una tienda o algo así
9.11	Llevas tus cosas para que te den dinero a cambio de ellas y luego les regresas el dinero y te dan las cosas, o algo así más o menos
10.3	Quien sabe que sea eso, no sé
10.8	Ahí vas cuando necesitas dinero, y llevas tus cosas y te dan dinero, llevas tu radio o tu televisión y te dan dinero, pero luego no se que más, hasta ahí he visto que le hacen mis papás
10.7	Venden prendas, como vestidos y faldas, pero no es una tienda, es una casa
9.7	Es una casa donde te ayudan cuando no tienes dinero para comer
9.10	Es una tienda de cosas mas baratas y que están usadas, y ahí las vas a comprar cuando necesitas algo y ellos te ayudan a esforzarte a echarle ganas para comprar mas cosas
10.1	Es una casa de algo, pero lo de empeño no se que sea

Tabla 36

CASA DE EMPEÑO

Muestra las “opiniones” y explicaciones de la función de una casa de empeño, de niños de sexto grado de primaria en un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
12.7	<i>Las casas de empeño son donde llevas una cosa, una joya o una cosa y te dan cierto dinero, pero no te dan mucho, no te dan lo que vale realmente, te dan menos. Y si a cierto tiempo no pagas ese dinero que te prestaron, se quedan con la joya</i>
12.7	<i>Como... creo que te dan dinero o algo así, para que te den otras cosas o algo así, bueno pero yo me imagino</i>
11.10	<i>No, bueno si se pero se me olvido</i>
12	<i>A de ser una casa donde te ayuden a crecer o alimentarse, si no tienes nada que comer o algo así</i>
13.4	Te prestan dinero a cambio de tus cosas, como tu tele o algo así, y luego les devuelves el dinero y te dan tus cosas
11.10	Cuando quieres empeñarte en algo que te cuesta trabajo vas a esa casa y ahí te enseñan
12.4	Les das tus cosas y te dan dinero por ellas, es como si las vendieras a esa casa
11.10	Es una casa donde puedes ir a comprar prendas que te ayudan a empeñarte, a hacer bien las cosas
12.2	Para comprar esa casa, pero no se bien que significa empeño
12.8	Si necesitas dinero..., pues vas ahí y te prestan, pero tu tienes que llevarles algo a cambio, como tu video o un reloj.

Tabla 37

CASA DE EMPEÑO

Muestra las “opiniones” y explicaciones de la función de una casa de empeño, de niños de sexto grado de primaria en un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
13.2	Una casa de empeño que... vas por ejemplo una televisión y vas y te ponen el dinero y luego puedes ir a sacarla y si te tardas pues te cobran un rédito
12.3	es un lugar donde se pueden vender cosas, así como una casa, un local.
13.6	Dejan una cosa ahí, de acuerdo con el dinero que van a pedir, ya luego cuando lo pague la recogen
13.4	Pueden empeñar cosas a cambio de dinero.
12.1	No sé
12.8	Es que se muda una casa a otra o sino se va de campamento. Luego hay algunos que se van así a algún lado, así como de campamento algunos, es algo así.
13.4	no sé que quiera decir, ahí es como cuando empeñas una cosa ¿no? O sea que esta casa te la dan a cambio de que les des dinero ¿no? O ¿cómo
12.5	Les prestas tus cosas que tienes en tu casa y ellos te dan dinero a cambio, y luego cuando ya no necesitas el dinero vas por las cosas a esa casa
11.11	Las cosas que ya están usadas las llevas ahí para que te las compongan, y te dan dinero o algo así, no me acuerdo muy bien, pero si he visto como le hacen
12.5	Cuando no tienes dinero pues ellos te dan, pero no se bien como le hacen

Tabla 38

TRASPASO

Muestra las “opiniones y explicaciones” de niños de segundo grado de primaria de un contexto alto, de un letrero que anuncia un traspaso.

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.5	o sea que se traspasa a otro lugar, cierran por un rato, empacan se van y luego ponen, has de cuenta el titulo del video de mi tío es el video club y luego ponen en donde está el antiguo video así una como que lona y luego se pone como que ya nos cambiamos a airo video club
8.5	Que se devuelve
8.5	Pues de traer cosas, de cambiarte
8.3	que se puede pasar así como los fantasmas
8.10	Se traspasa, no sé que quiera decir, no lo he visto en ningún lado
8.1	Que te dan informes, te pueden dar informes
8.5	Que se va a traspasar, como que la van a destruir, porque ya nadie lo usa, ya nadie lo quiere, cuando ya lo tienen abandonado ya lo destruyen para utilizar ese terreno para otro tipo de cosas. cuando traspasas algo, lo atraviesas y lo destruyes, como una espada
8.7	No se que quiera decir
8.7	Como que lo van a destruir. No, pues no se, no me imagino, nunca lo he visto
8.7	Para cambiar cosas. Como las noticias, lo que te dicen

Tabla 39

TRASPASO

Muestra las “opiniones y explicaciones” de niños de segundo grado de primaria de un contexto bajo, de un letrero que anuncia un traspaso.

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.7	No sé que sea eso
8.3	Que se cambia de lugar algo, pero no se bien
7.11	Te dan informes para que cambies algo
7.6	Quien sabe que sea eso, nunca lo he visto
8.5	Ahí hay un teléfono, a de ser para vender algo
8.7	No sé
8.9	Nunca lo he visto ese letrero
8.11	Que se puede pasar por ahí, así como traspasar por algún lado
9	Cuando te cambias de un lugar a otro, pero no se bien que sea
8.1	Sepa que sea

Tabla 40

TRASPASO

Muestra las “opiniones y explicaciones” de niños de cuarto grado de primaria de un contexto alto, de un letrero que anuncia un traspaso.

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
10.5	<i>De que se vende, y que tienes que llamar a ese número para que te den los informes</i>
10.5	<i>No entiendo la verdad, se traspasa es algo así como que se pasa de lugar</i>
10.4	<i>De que se cambio de lugar un negocio y ahí te dan informes de donde se cambio</i>
10.11	No sé
10.8	<i>Que pides informes, en donde puedes ir a dar clases o algo</i>
10	<i>Ahí es cuando se paso algo a otra calle o a otro lugar y dejaron el teléfono para que hables y pedir informes Pues como un negocio o una tienda y te avisan que se cambio de lugar</i>
10.2	<i>Que ahí te dan todos los datos para que renten o compren lo que esta ahí</i>
9.11	<i>Para dar informes</i>
10.5	No sé
10.11	Se cambia de lugar esa casa o algo y ahí te dan informes

Tabla 41

TRASPASO

Muestra las “opiniones y explicaciones” de niños de cuarto grado de primaria de un contexto bajo, de un letrero que anuncia un traspaso.

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
11.2	Se cambia un negocio de un lugar a otro
8.10	No se que sea eso
9.7	Cuando quieres comprar algo, hablas por teléfono para que te lo pasen, te lo vendan o algo así
9.11	No sé
10.3	Anuncian un negocio o un terreno y ahí pides informes para pasarlo de lugar
10.8	Te dan informes de esa casa, para comprarla
10.7	Es algo como que te cambias de lugar, como cuando te vas a otro lugar a vivir, entonces te traspasas de lugar, pero no se bien que sea eso
9.7	No sé que sea eso de se traspasa
9.10	Sepa la bola que sea eso
10.1	Que puedes pasar por ahí, pero no se para que te dan informes

Tabla 42

TRASPASO

Muestra las “opiniones y explicaciones” de niños de sexto grado de primaria de un contexto alto, de un letrero que anuncia un traspaso.

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
12.7	Que te dan informes de una cosa. Que lo cambian y te lo dan en promoción.
12.7	<i>Tu tienes una propiedad y alguien otra y como que se las cambian o algo así, como trato directo o algo así</i>
11.10	<i>De que se cambia de lugar tu negocio</i>
12	No sé
13.4	Te cambian tu terreno por otro terreno, así mas o menos es eso de se traspasa, pero no me acuerdo muy bien que sea exactamente
11.10	Cuando quieres vender tu negocio le pones ese letrero y entonces ya no es tuyo, ahora va a ser de quien te lo compre y se cambio de dueño el negocio
12.4	Quien sabe que sea eso
11.10	Si lo he visto pero no me acuerdo que es
12.2	En un restaurante lo pusieron, y es que lo compro otro señor y se lo dio a otro para que siguiera haciendo la comida en ese lugar, ...entonces se traspasa es como cambiar de dueño
12.8	Te dan informes de ese edificio

Tabla 43

TRASPASO

Muestra las “opiniones y explicaciones” de niños de sexto grado de primaria de un contexto bajo, de un letrero que anuncia un traspaso.

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
13.2	Ah pues de que se puede traspasar el negocio, pues aquí no se ve nada, pero puede ser el negocio que esta aquí abajo o el edificio, y se traspasa, se cambia y aquí dice informes al celular. Pues se cambia, vamos a poner que uhm... si usted tiene una casa se la puede cambiar a ella, se la pueden cambiar, traspasar. Bueno eso es lo que yo entiendo
12.3	No sé
13.6	ahí dan información, informan así que... informan que se vende una casa
13.4	No sé
12.1	Es como que se venderá la casa
12.8	Para saber que esa fabrica o esas oficinas se dan informes. Que no se puede pasar coches por ahí
13.4	No sé
12.5	Si quieres comprar ese terreno ahí hablas para que te den informes

11.11	Quien sabe que sea eso
12.5	Nunca lo he visto ese letrero

Tabla 44

CENTRO CAMBIARIO

“Opiniones y explicaciones” que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.5	Me imagino que el centro de estados unidos y el de aquí se cambian
8.5	Que cambian algo, ni idea que se puede cambiar ahí
8.5	Es un centro para cambiar cosas
8.3	No sé
8.10	Que se cambia ... los centros
8.1	Ahí puedes cambiar dinero, de México ah... puedes cambiar dinero por dólares Tu le das dinero y el te devuelve dinero pero de otro país.
8.5	Esto es como un pasaporte para viajar, de México a estados unidos. que intercambias cosas entre países y que se ven cosas entre países
8.7	Pues cambiario de cambiar y aquí dice 920 o algo así, no sé, nada mas se que se cambian cosas
8.7	Es como un edificio, Pero no entiendo porque tiene una banderita aquí no pues no sé
8.7	Para cambiar dinero. Dinero de que si te quieres ir a estados unidos ahí cambias el dinero

Tabla 45

CENTRO CAMBIARIO

“Opiniones y explicaciones” que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.7	No se que sea eso
8.3	Ha de ser algo como de estados unidos y México, como que te cambian algo, yo creo que venden banderas
7.11	Cambian dinero de otro país
7.6	No se
8.5	Es como un teléfono para pedir informes o no se que sea bien
8.7	Ah!, es cuando te mandan dinero de estados unidos, ahí vas a cambiarlos
8.9	Quien sabe que sea eso
8.11	Te cambian cosas mexicanas por cosas de estados unidos, ...no se que cosas
9	Nunca ha visto uno así
8.1	No se

Tabla 46

CENTRO CAMBIARIO

“Opiniones y explicaciones” que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
10.5	<i>Que te cambian el dinero de dólares a dinero mexicano o viceversa</i>
10.5	<i>Es un centro cambiario donde puedes cambiar dinero mexicano al dinero de donde sea, de otras monedas de otro país</i>
10.4	No sé
10.11	<i>Que ahí cambian de monedas de México a monedas de estados unidos</i>
10.8	<i>Que cambias dólares por pesos o al revés</i>
10	<i>Que te cambian dinero mexicano si tu quieres ir a estados unidos, ahí te dan dólares</i>
10.2	<i>Es algo de México y estados unidos Es una tarjeta, se usa una tarjeta se que cuando vas a estados unidos, pasas por un túnel o algo así y te piden tu tarjeta</i>
9.11	<i>Para cambiar a dólares</i>
10.5	<i>Vas a comprar dólares cuando vas de viaje</i>
10.11	No sé, pero ahí se cambia algo

Tabla 47

CENTRO CAMBIARIO

“Opiniones y explicaciones” que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
11.2	Se compra dinero ahí, te venden dólares
8.10	Se cambia dinero
9.7	Se cambian los centros de estados unidos y de México, eso lo se por las banderitas, pero no se bien como sea que se cambien, yo creo que ahí te los enseñan y los cambias
9.11	Son como unos números de teléfono, pero no se para que sean
10.3	Unos entran por un lado según tu nombre y la otra puerta es para que entren los que se llaman diferente, pero no se que se hace ahí yo creo que se vende algo como de estados unidos por esa bandera que esta dibujada
10.8	Se cambian dinero de otro país
10.7	Te cambian los dólares que te manda tu gente, ahí te dan tu dinero en mexicano
9.7	No se que sea

9.10	Te dan cambio, cuando tienes un billete muy grande, ahí te dan muchas monedas
10.1	Esos números no se para que sean, pero las banderitas es que ahí venden cosas de estados unidos o algo así me imagino

Tabla 48

CENTRO CAMBIARIO

“Opiniones y explicaciones” que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
12.7	<i>Que se cambian, dinero. Del de México al de estados unidos o al revés</i>
12.7	<i>este es para cambiar dinero , de otra moneda de otros países</i>
11.10	<i>De que tu das tu dinero y te lo cambian por otro tipo de monedas</i>
12.0	<i>Te cambian dinero, si das billetes te dan monedas de un peso o algo así</i>
13.4	Ya vi uno en el aeropuerto, y es cuando tu llevas tu dinero y te dan euros, te cambian tu dinero según a como este la moneda, también puedes cambiar dólares cuando vas a estados unidos
11.10	Es un centro donde cambian dólares, ahí puedes ir a comprarlos
12.4	Para cambiar dinero por alguna moneda de otro país
11.10	Venden y compran dólares
12.2	Vas a comprar dólares ahí y te los venden a como este el dólar ese día
12.8	Ahí se cambian los dólares cuando quieres salir de viaje

Tabla 49

CENTRO CAMBIARIO

“Opiniones y explicaciones” que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo.

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
13.2	Aquí dice para cambiar, para cambiar los dólares que te mandan los parientes o quieres comprar dólares
12.3	Que cambian las cosas que tienen en un lugar a otro lado, casi como mudanza
13.6	Es que se cambia cosas. Así de que uno quiere, un se le puede cambiar por otro, o así una mesa, un refri, cosas
13.4	cambio de monedas de estados unidos por mexicanas
12.1	Será que se cambia dólar o dinero, hay dice que se cambia y dice también Money que es dinero
12.8	Algunas señalan que para cambiar dinero o algo así como dólares
13.4	es donde cambian el dinero de dólares a pesos o de pesos a dólares
12.5	Te cambian dinero
11.11	Algo para cambiar, pero no se bien que sea
12.5	Cuando te mandan dólares ahí los vas a cambiar

Tabla 50

VENTA DE SALDOS

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.5	No, no sé
8.5	Que se venden cosas, saldos no se que sea.
8.5	No se que sean los saldos
8.3	Nada mas se que se vende, pero saldos no sé
8.10	Que venden saldos. Como Relojes y las cosas que están ahí, es como una venta de garaje
8.1	Para anunciar que se venden cosas, y saldos no se que sea
8.5	No sé que signifique eso
8.7	No sé
8.7	Nunca los he visto
8.7	Sabía pero se me olvido, que te dan un papelito para que se lo des a una persona un papelito que te dan en el banco donde dice tu saldo.

Tabla 51

VENTA DE SALDOS

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.7	No, no sé
8.3	Nunca he escuchado eso
7.11	No se, ni idea
7.6	¿Qué es eso de saldos?
8.5	Venden cosas, pero no se que cosas
8.7	No se
8.9	Venden saldos, no se que sean los saldos
8.11	Ha de ser que venden relojes , pero lo de saldo no se lo que sea
9	No se que sea un saldo
8.1	Nunca he visto un letrero así

Tabla 52

VENTA DE SALDOS

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
10.5	<i>Que piden trabajo, Pero saldos es lo que te dan de dinero</i>
10.5	<i>vendemos saldos aquí. Son así como, bueno si me acuerdo cuando te dicen... tu saldo es 20 pesos, luego me pide mi papa que cheque su saldo de su teléfono y dice, su saldo es de quien sabe con tantos centavos que los puedes usar antes del 20 de noviembre del 2004.</i>
10.4	Es el dinero que te dan por trabajar
10.11	<i>Que están vendiendo estas cosas, y lo de salarios es como que lo que te pagan</i>
10.8	No sé
10	<i>Es que se venden cosas, lo de saldos no se que sea</i>
10.2	<i>Que hay una venta de cosas que compren y los saldos es de cuando ya no tienes tiempo en el celular o algo así, de que consultas tu saldo</i>
9.11	No sé
10.5	Se venden cosas y relojes, pero no se que sea saldos
10.11	No sé

Tabla 53

VENTA DE SALDOS

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.10	No se que sea eso de saldos
9.7	Venden cosas en esa tienda, como plantas, y zapatos
9.11	Saldo... saldo... saldo es cuando te pagan, te dan tu saldo
10.3	Quien sabe que sea eso de saldos
11.2	Venden saldos, no se que sea saldos me imagino que cosas que hay en esa tienda
10.8	No me acuerdo bien, pero es como vender cosas usadas o algo así
9.7	No se
9.10	No se que sea eso, pero lo único que se es que venden cosas
10.1	Venden saldos, venden cosas, pero no me acuerdo muy bien
10.7	no he visto de esos letreros

Tabla 54

VENTA DE SALDOS

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
12.7	Es algo que ya se cerro, una tienda que ya se cerro.
12.7	<i>Bueno, no se si es esto exactamente, pero con lo que se ve es que se venden cosas que tiene alguien las venden, así como en una casa, que sacas tus cosas que ya no quieres y las vendes, como una venta de garaje</i>
11.10	<i>Esa no se. Y los saldos Si, se que es con lo que te pagan pero... es también que tienes determinado saldo en la tarjeta, pero no he visto letreros de esos</i>
12.0	<i>Es cuando las cosas que ya no te sirven, las cosas que te estorban, las sacas y las vuelves a vender. Y ya están usadas</i>
13.4	<i>Venden... venden... saldos es como dinero el saldo es lo que te queda de dinero, pero no se bien que sea eso</i>
11.10	El saldo es lo que te queda de tiempo en tu tarjeta de teléfono, entonces ahí han de vender tarjetas de teléfono.
12.2	El saldo es lo que tienes de dinero en el banco, pero no se bien como sea eso de que venden saldos
12.8	Venden cosas usadas que ya no les sirven en esa tienda y las venden
12.4	Es como una venta de garaje... venden las cosas que están en buen estado y usadas, pero más baratas
11.10	Venden relojes y zapatos y muchas cosas en esa tienda, pero no se bien que sea eso de saldos

Tabla 55

VENTA DE SALDOS

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
13.2	Sepa que dirá eso
12.3	es que tienen pero que ya no los necesitan pero que están en buen uso, quieren vender lo que ya no les sirve, o les hace mal obra en el lugar
13.6	Que... venden cosas de menos precio
13.4	Que hay cosas de electricidad
12.1	Que se venden las cosas que están ahí
12.8	algo así de saldos para venderlos, luego ahí no sé, que se aparten, que se venden los mejores saldos. Y los saldos son cosas que los tienen como para... no me acuerdo
13.4	Pues que venden lo que hay ahí, venden todo esto, que... así como cuando hay venta de garaje, bueno así me imagino que es por lo que veo ahí, pero no se que signifique eso de saldos. Venta de garaje es que todo lo que esta aquí lo venden pero te cuesta mas barato porque ya son cosas usadas, y a veces la gente lo vende porque no tiene dinero y ya con eso le van sacando

12.5	No se bien que será eso
11.11	Es cuando venden cosas que ya están usadas, que se las recogieron a las personas que no pagaron, así como en famsa ahí hay venta de saldos también
12.5	Venden muchas cosas, pero no me acuerdo muy bien que sea eso de saldos

Tabla 56

BANDERAS AL BORDE DE UNA CASA

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.5	<p>Como que se vende un día un tío que tiene un video, no se si lo conozcas, es donde se estaban vendiendo películas y puso unas banderitas así, y por eso, eso es lo que se me imagino Para adornar y para decir que se venden las películas.</p>
8.5	<p>Que se esta haciendo una casa o que se vende porque dice en ese letrero</p>
8.5	<p>Las banderas están rotas, y las ponen para saber que esta ahí su casa y de adorno.</p>
8.3	<p>Es un terreno, están construyendo una casa y las banderas las ponen para que la vean y la compren. las ponen para que vean la casa y decir que se vende, así como mi mamá me dice</p>
8.10	<p>Las banderas son para llamar la atención y adornar para que se vea bien, pues están construyendo en ese terreno</p>
8.1	<p>Es, de que se vende la casa, Porque ponen esas banderitas cuando se vende algo.</p>

8.5	Estos que están colgados puede significar que hay una fiesta, o están celebrando algo como una inauguración
8.7	Aquí están vendiendo esa casa, porque tiene un letrero y las banderas es que hay algo que se festeja o que se vende y están muy maltratadas
8.7	Que se vende, Por el letrero que se ve allá y las banderitas si las he visto pero tampoco he preguntado, me imagino que son como de adorno, pero esas ya están muy viejas y se ve feo el terreno
8.7	Una casa, como un rancho, una casa viejita que se vende y pues hubo una fiesta, hay un camino de tierra y las paredes todas rotas

Tabla 57

BANDERAS AL BORDE DE UNA CASA

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.7	Hay una fiesta, es cuando va a pasar un santo o la virgen
8.3	Que se vende por ese letrero que se ve allá, y las banderitas es que va a pasar un santo
7.11	Esas banderitas son un adorno para festejar algo
7.6	No se que sea, pero parece que se vende esa casa por el letrero
8.5	No sé
8.7	Es como un hotel, pero esta muy sucio y feo yo creo que lo están construyendo y las banderitas pues no se para que las pongas
8.9	Va a ver una fiesta porque ponen esas banderas para avisar que hay fiesta
8.11	Están construyendo en ese terreno, y las banderitas es que va a pasar un santo
9	Va a pasar un santo, o son las fiestas de México
8.1	No se

Tabla 58

BANDERAS AL BORDE DE UNA CASA

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
10.5	<i>Ahí se ve como un letrero de un grupo inmobiliario que vende la casa y las banderitas quiere decir que están en venta</i>
10.5	<i>Pues que están construyendo algo, porque siempre que construyen hay esos montones de tierra. Y también de que están festejando algo por las banderitas el día del niño o un cumpleaños</i>
10.4	<i>De que se vende porque hay un letrero ahí, y las banderitas no se para que las ponen</i>
10.11	<i>Veo unas banderitas que están rotas, pero no se que signifique</i>
10.8	<i>Hay un letrero de que se vende la casa. Las banderitas son para que no se pasen a este terreno, es como prohibido el paso También las ponen para festejar El día de la virgen o algo así, de esas hay por mi casa En Hércules, y las ponen para eso</i>
10	<i>Es una casa que esta en venta por las banderitas</i>
10.2	<i>Que hay un terreno que todavía no lo construyen y que esta en venta y las banderitas pues no se, pero es un terreno que todavía no lo construyen</i>
9.11	<i>Que se vende Por esas banderitas</i>

10.5	<i>Se vende, ahí hay un letrero que dice algo así y las banderitas no se para que sean</i>
10.11	Están construyendo y se vende porque ponen las banderitas para llamar la atención y anunciar la casa que están construyendo.

Tabla 59

BANDERAS AL BORDE DE UNA CASA

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.10	Por ahí paso la virgen, ah y también se vende esa casa pues hay un letrero por allá lejos
9.7	Las ponen cuando hay fiestas
9.11	Va a pasar o ya pasó un santo, siempre las ponen y ahí las dejan, por eso están todas rotas y feas, yo las he visto por mi calle que ahí las dejan todo el tiempo
10.3	Las banderitas las ponen para adornas las fiestas que hay en la calle, es cuando pasa un santo o algo de eso de la iglesia
11.2	Es que pasó un santo o la virgen que luego viene aquí a Santa Rosa
10.8	Se vende... porque hay un letrero y lo de las banderitas pues no sé
9.7	Que a las 8 con 6 de la a.m. tienes que llegar a trabajar sino te regaña tu señora, siempre te dicen que llegues temprano sino no terminas de hacer todo el quehacer de barrer y eso... las banderitas no se para que sean...
9.10	Que hay fiesta o va a ver una fiesta en la calle
10.1	Pasó la virgen por ahí
10.7	Que se vende... pues yo me imagino por que todo lo que me ha enseñado es de vender y comprar, pero las banderitas es que paso un santo

Tabla 60

BANDERAS AL BORDE DE UNA CASA

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
12.7	<i>Pues una casa que apenas se va a construir, un baldío, una casa que están construyendo. Las banderas son para llamar la atención o que se vende.</i>
12.7	<i>Que se esta vendiendo. Eso ya le había preguntado a mi papá, las banderitas las ponen para anunciar algo</i>
11.10	<i>Pues para llamar la atención de la gente que va pasando,</i>
12.0	<i>Un terreno que se esta vendiendo. Porque hay lugares donde ponen banderitas, y aquí se ve un letrero</i>
13.4	<i>Es un terreno y van a construir o terminar de construir lo que está ahí, y las banderas las ponen para anunciar</i>
11.10	Se vende esa casa, por eso ponen las banderas
12.2	Quieren llamar la atención de esa casa, yo creo que pueden tener fiesta o venden la casa o hay un negocio por ahí cerca
12.8	Cuando hay una inauguración ponen esas banderitas para llamar la atención
12.4	Se vende la casa que está ahí atrás y aparte hay un letrero que parece que dice que se vende, pero no se ve muy bien que digamos
11.10	Es para que le gente vea que venden ese terreno o esa casa.

Tabla 61

BANDERAS AL BORDE DE UNA CASA

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
13.2	De una fiesta, Por eso (señala las banderitas), o bueno que hubo una fiesta en la calle o que paso una santa o algo así. Luego también los ponen para anunciar otras cosas Como acá acaban de anunciar que el taco... no, mariscos chilo y pusieron así hasta arriba mariscos chilo y bienvenidos y pusieron un montón de eso alrededor
12.3	Que en esa parte se hizo una fiesta, que se celebros algo. como en la santa cruz, siempre ponen eso
13.6	Y ahí esta un letrero que esta muy chiquito. Como que va a ver una fiesta
13.4	Se vende, por el letrero que se ve allá. Las banderitas las ponen en noviembre, en mi pueblo las ponen cuando va a pasar la virgen
12.1	De cuando hay una fiesta o algo
12.8	Un letrero, pero no alcanzo a ver bien el letrero. Las banderas son para las fiestas o para el aniversario

13.4	Las banderitas son pues cuando hubo una fiesta, una posada o algo así ¿no? O como se dice, si cuando... o hay mercados, así ponen aquí cuando hay posadas o fiestas de la cruz o del 15, así ponen todo eso
12.5	Va a ver una fiesta de a calle
11.11	Las ponen cuando pasa un santo o la virgen, cuando hay fiesta o una celebración de algo
12.5	Yo creo que se vende porque ese letrero dice eso, aunque no lo alcanzo a mirar bien, ... y las banderas las ponen cuando hay una fiesta, más bien ya paso un santo por ahí.

Tabla 62

12 MESES SIN INTERESES

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.5	<p>Eso si que no, yo lo oigo mucho, pero... bueno te voy a decir lo que yo creo</p> <p>Que has de cuenta en una tienda todo esta bien caro, y vas y puedes comprar algo y tiene una oferta de 12 meses sin intereses, y eso es que hasta dentro de 12 meses se interesan en... los de la tienda se interesan en que ya es tiempo de... que lo paguen y luego ya lo pagan, eso es lo que yo creo</p>
8.5	<p>Que te lo rebajan</p>
8.5	<p>Uhm... que no este 12 meses sin intereses, que... que... este... sin intereses, que... este... que no hay interés</p>
8.3	<p>para que vean que no hay intereses y la gente pase</p>

8.10	Doce meses sin intereses, es que puedes comprar las cosas en esa tienda en doce meses. Que te puedes tardar en comprarlo, y que no sea después de un año
8.1	No sé
8.5	No sé, que algo van a hacer como en 12 meses, como en un año, para que compren o ganen algo, para que vengan a la tienda y vean si algo les gusta y compren algo
8.7	Ya no me acuerdo
8.7	Que se venden cosas, pero no se como
8.7	Que... doce meses como un año, te venden las cosas mas baratas, te bajan el precio, te lo rebajan

Tabla 63

12 MESES SIN INTERESES

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.7	Que se venden cosas, pero no se eso de 12 meses... 12 meses es un año pero no se para que
8.3	No se para que ponen ese letrero
7.11	No sé
7.6	Que compras algo y lo demás no se que sea
8.5	Quien sabe nunca he visto un letrero así
8.7	Eso parece que es para comprar compra cosas, es algo de comprar muebles o cosas, pero no se bien
8.9	Si los he visto pero no he preguntado
8.11	Es... es... ya no me acuerdo pero si sabia
9	Es cuando quieres comprar algo y te puedes tardar 12 meses en comprarlo
8.1	Que puedes comprar en 12 meses lo que venden ahí, es como si lo apartaras por un año que es igual a doce meses, pero lo que dice de los intereses no se que sea, ha de ser como que te interesa comprar eso.

Tabla 64

12 MESES SIN INTERESES

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
10.5	Que puedes pagar en doce meses lo que compres en una tienda con una tarjeta de crédito y no te cobran de más, te dan tus pagos congelados, bueno parece que así se dice.
10.5	eso de banamex y de american no se bien, y esos letreros si los he visto pero nunca se me ha ocurrido preguntar, no me interesa. Pero yo me imagino que en 12 meses te arreglan todo
10.4	De que lo venden ahí esta a doce meses sin intereses, pero no se para que lo ponen
10.11	Están anunciando que en 12 meses van a rebajar una cosa
10.8	Que puedes pagar muebles o algo para tu casa en un año, sin que te suban la mensualidad
10	es que tienes doce meses y puedes ir pagando lo que compraste pero en doce meses Que no te suben los intereses, es dinero que tienes que pagar de mas
10.2	Que tienes doce meses sin intereses y que la casa esta protegida por alguien
9.11	Que no tienes para pagar
10.5	Que puedes pagar en un año lo que compres, pero lo de los intereses no se que sea
10.11	Para comprar cosas con tarjetas de crédito y los vas pagando poco a poco, en doce meses, los intereses es cuando les interesa que pagues.

Tabla 65

12 MESES SIN INTERESES

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.10	No se bien que sea eso, si lo he visto pero no se, es como que compras algo
9.7	Ahí como que venden cosas, pero no se bien que signifique eso
9.11	Sepa la bola que sea eso
10.3	No se
11.2	Es cuando compras algo y tienes doce meses para pagarlo, pero lo de los intereses no se que sea
10.8	Que se interesan para que compres algo, te están dice y dice hasta que lo compras, y ha de ser como en 12 meses
9.7	No sé
9.10	Si he visto el letrero pero no he preguntado
10.1	Es para comprar cosas en esa tienda, con una tarjeta del banco, pero nada mas se eso, lo de los intereses no se que sea, y en doce meses pues es un año, pero ya no me acuerdo para que es eso.
10.7	Cuando quieres comprar algo y lo vas pagando en 12 meses, y los intereses no se que sea bien

Tabla 66

12 MESES SIN INTERESES

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
12.7	Que lo pagas en doce meses. Los intereses son como un pago aparte.
12.7	Que cuando vas a alguna tienda, tu compras algo y como hay diferentes tarjetas, tu pagas con alguna y como dice que esa te dan doce meses sin intereses, pues pagas con la tarjeta y luego vas pagando y no te van cobrando de mas, sino que pagas normal pero en mas tiempo, en doce meses. Y los intereses son los que te cobra el banco por pasarte o algo así
11.10	Que tienes 12 meses o más para pagar lo que pediste prestado, o lo que compraste y los intereses es de que no te cobran extra de tu pago.
12.0	De que si compras algo tienes doce meses para pagar. Los intereses no se que sean.
13.4	Cuando compras algo para tu casa, lo puedes pagar en doce meses, en pagos de poquito dinero y ya cuando lo termines de pagar pues ya te dan lo que compraste, tienes un año para pagar, pero lo de los intereses no se bien que sea, más bien ya se me olvido

11.10	Si no tienes mucho dinero pues pagas con tu tarjeta bancomer o esa que esta ahí, y te van descontando de tu dinero que tienes en el banco lo que cuesta lo que compraste, y los intereses, no me acuerdo ahorita lo que significa
12.2	Cuando quieres comprar algo, pues lo pagas en doce meses y los intereses es como un dinero de más que te cobran por darte chance de pagar en tanto tiempo
12.8	Tienes un año para pagar lo que compras en ese lugar, pero si lo pagas con una de las tarjetas del banco que están ahí, y los intereses es cuando te cobran de mas, cuando no pagas pues te cobran intereses
12.4	Es una tienda donde puedes ir pagando las cosas que compraste poco a poco.
11.10	Puedes ir pagando en 12 meses lo que quieras comprar y los intereses es un dinero extra que te cobran por si no pagas, pero ahí dice que no tienes que pagar intereses.

Tabla 67

12 MESES SIN INTERESES

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
13.2	Es que tu puedes comprar algo y dinero a doce meses sin intereses, si dan 5000 pesos y no te cobran intereses y sí té tardas. O sea 12 meses si los sigues pagando así pues no te cobran intereses
12.3	12 meses para pagar lo que debes, pero que no te suban lo que debes, o sea la cantidad que no te la suban de lo que debes. Y los intereses son que te cobran un poquito mas.
13.6	Así que venden cosas, y te pueden dar intereses. Compran cosas y te dan intereses, así de que si se te descompone o así, así que si compras rápido y se te descompone en dos tres días
13.4	No sé
12.1	De que se vende y en doce meses lo puedes pagar y lo de los intereses no sé
12.8	Que se vende algo y lo puedes pagar en doce meses sin intereses. Y los intereses es si les interesa o no les interesa
13.4	Como una tienda que venden muebles o algo así, te lo dan sin intereses, o sea que te lo dan mas barato. Intereses es como que te dan mas dinero.
12.5	Me imagino que es cuando pagas en doce meses lo que compraste y los intereses no se que sean
11.11	Pagas de poquito en poquito durante un año y ha ellos les interesa que pagues
12.5	Cuando compras algo lo puedes ir pagando poco a poco sin intereses, o sea que sin que te cobren más

Tabla 68

NO HAY SERVICIO POR INVENTARIO

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.5	<p>Inventario es inventar. Y no hay servicio es que no sirve, algo así como un aparato, ves las tiendas donde hay como unas maquinitas, algunas dicen fuera de servicio, otras como no hay servicio</p>
8.5	<p>Que hoy no trabajan, inventario no se que quiera decir</p>
8.5	<p>Que no esta en servicio, Porque esta descompuesto o ahí este... no esta... están este. No sé nada mas porque esta descompuesto. Y el inventario es como que esta inventado</p>
8.3	<p>Que no hay servicio por inventario, es cuando por ejemplo están vendiendo panes y ya se les acabaron y tiene que ir a hacer</p>
8.10	<p>Que no hay servicio, y el inventario, No se, es algo como de inventar, de hacer cosas</p>
8.1	<p>Que no puedes pasar porque no te van a atender. Inventario no sé</p>
8.5	<p>Que esta cerrado, que no hay espacio Que inventan cosas</p>
8.7	<p>Pues aquí es una tienda o no se que es, y el inventario es cuando van a contar las cosas que tienen y por eso esta cerrada</p>
8.7	<p>Que en esta casa no hay nadie</p>

8.7	Que no hay servicio en esa casa, que no hay luz, no hay agua, que no sirve la casa
-----	--

Tabla 69

NO HAY SERVICIO POR INVENTARIO

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.7	No se que sea eso
8.3	Es que esta descompuesto o algo así, por eso ponen de que no hay servicio
7.11	Inventario es... es como algo de inventar de que vas a inventar algo
7.6	Quien sabe que sea eso, nunca he visto uno destos
8.5	Que esta cerrada la tienda o eso donde esta el letrero, por eso no hay servicio
8.7	No hay servicio eso quiere decir que no sirve, que no funciona
8.9	No puedes pasar pues esta cerrada la tienda
8.11	Es algo como de inventar cosas... bueno eso creo yo
9	Nunca había oído la palabra inventario, no se que sea eso
8.1	No sé

Tabla 70

NO HAY SERVICIO POR INVENTARIO

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
12.5	<i>Ah, que esta cerrada la tienda porque están arreglando, contando y acomodando las cosas que acaban de comprar, para surtir la tienda</i>
10.5	<i>eso nunca lo he visto en mi vida</i>
10.4	<i>De que en esa tienda no abrieron porque están haciendo una lista de lo que hay</i>
10.11	<i>Que hoy no van a abrir porque van a inaugurar otra vez</i>
10.8	<i>Que no puedes entrar, pero no se que es inventario</i>
10	<i>Que no sirve porque el inventario es como hacer una revisión de la tienda</i>
10.2	<i>Que no tiene servicio, que el aparato no esta en servicio y lo del inventario no se que sea</i>
9.11	<i>Que no hay trabajo</i>
10.5	Cuando están contando las cosas que hay adentro y las están arreglando
10.11	Esta cerrada la tienda por inventario, pero no se que sea eso

Tabla 71

NO HAY SERVICIO POR INVENTARIO

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.10	Que esta cerrada la tienda, no puedes pasar
9.7	Que no hay servicio, que no funciona algo una maquina o algo. Luego ponen ese letrero en las maquinitas
9.11	Inventario no se lo que sea, pero no hay servicio es de que esta cerrado
10.3	Sepa la bola que sea eso
11.2	Cuando están como revisando la tienda otras personas o algo así
10.8	No hay servicio por inventario es que no puedes pasar por ahí pues puede ser peligroso
9.7	ya no hay servicio..., para esa casa, porque ya no quiero, porque aquí vienen puras que no sirven para nada, que no son bien ubicadas, y que tal que la señora... y lo inventario no lo se
9.10	Inventario es que inventan cosas, se ponen a inventar cosas las personas que viven ahí, pero no se bien que signifique ese letrero
10.1	Quien sabe que sea eso
10.7	No puedes pasar pues esta cerrado, lo de inventario no se que sea

Tabla 72

NO HAY SERVICIO POR INVENTARIO

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
12.7	Es cuando hacen un chequeo de todo lo que tienen. Que no trabajan, no hay servicio
12.7	Que están contando todas las cosas en la tienda, para ver sino se roban nada, o ver si falta algo para surtir, pero el inventario es bien tardado
11.10	De que no te pueden atender porque están haciendo el inventario, de ver cuantas cosas tienen ahí
12.0	De que ahorita no esta funcionando, porque hace falta algo de la tienda. Que la están cambiando
13.4	Es cuando cierran una tienda porque van a arreglar todo lo que hay adentro para luego venderlo
11.10	Hacer inventario es cuando se ponen a contar las cosas que venden para ver si no falta nada
12.2	No puedes entrar a ese lugar por que no hay servicio pues están haciendo inventario ... y el inventario es ... no me acuerdo ahorita pero si sabía pues en el oxo vi un letrero así y le pregunte a mi papá
12.8	Es cuando se ponen a arreglar la tienda y la cierran
12.4	Inventario no se lo que sea
11.10	No pasar, esta cerrado hasta nuevo aviso

Tabla 73

NO HAY SERVICIO POR INVENTARIO

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
13.2	No sé que signifique inventario
12.3	Que van a cerrar ese lugar por hacerlo más grande, por cambiar las cosas de lugar
13.6	que inventan cosas. Que no tienen servicio, así que... si quiere ir un niño no puede, así porque esta cerrado
13.4	Que no hay servicio por un problema que tienen ahí
12.1	será que no hay servicio, como si tuviera un celular que vendan y que hablaran y no hay servicio. O con un doctor que no va a dar consulta, pone un letrero de que no hay servicio.
12.8	Que no se atiende a la persona por inventarios. Y los inventarios son: no sé, casi no sé, nada mas me imagino que inventan la gente o así y dicen que le roban
13.4	que no esta abierto, que no te atienden, y el inventario no se que sea
12.5	Esta cerrada la tienda porque están inventando cosas
11.11	Ponen ese letrero cuando van a cerrar un lugar porque ya no sirve, ya no funciona
12.5	Quien sabe que sea eso de inventario, pero de que no hay servicio es que no se puede utilizar porque alguien lo esta utilizando

Tabla 74

REBAJAS 60%

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.5	En una tienda todo esta muy costoso, luego en otra como que sea la competencia le rebajan el 60% Que le bajan a los precios, le rebajan y todo eso
8.5	Que le bajan el precio. esto si lo he visto muchísimas veces
8.5	Para que sepa la gente que esta al 60% de rebaja. Te rebajan dinero
8.3	si te sale algo a 100 pesos, ahora te sale mas barato
8.10	Es cuando te sale mas barato lo que compras en esa tienda
8.1	Porque... te dan, le quitan menos dinero a las cosas, Por ejemplo si una bolsa cuesta 150 pesos, le quitas dinero y te sale más barata
8.5	Rebajas, esto significa que van a bajar el precio y es mas barato
8.7	Pues aquí 60 y este signo es, por ciento de descuento, te dan el 60% de descuento en mercancía seleccionada. Pues si va a una tienda, y esta ese letrero, es que una cosa cuesta 60 pesos, te la dan a 30 y te sale mas barato

8.7	Pues que en las tiendas le bajan el precio a las cosas que venden y es más barato
8.7	Que rebajan los precios el 60%, dan las cosas más baratas

Tabla 75

REBAJAS 60%

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.7	Es como de oferta... es mas caro
8.3	Que es mas barato, ponen esos letreros para ver que compres mas cosas de esa tienda
7.11	Que si te cuesta 60, ahora te va a costar mas rebajado mas barato
7.6	Es de que esta mas barato, están las cosas mas baratas
8.5	Eso lo he visto en las tiendas y es para que te salga mas barato lo que compres
8.7	Que no cuesta lo mismo, que ahora parece que es mas caro
8.9	Te hacen como un descuento a las cosas que están muy caras y es para que compres mas cosas, bueno eso me dijo mi mama
8.11	Le quitan 60 pesos de lo que cuesta, eso es lo que me imagino
9	Para anunciar que venden cosas en esa tienda, pero eso de ese signo (señala el tanto por ciento) no me acuerdo bien
8.1	Un descuento de las cosas, ahora te valen menos

Tabla 76

REBAJAS 60%

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
10.5	<i>Que al precio que tiene la ropa, le bajan un por ciento, que es el 60, ahí dice. Y te sale más barato</i>
10.5	<i>Es así como un descuento, es así como si cuesta 360, le bajan este... un porcentaje</i>
10.4	<i>De que si cuesta 1000 le quitan el 60%, se lo rebajan</i>
10.11	<i>Están hablando de una ropa o de algo que le están bajando este... de 100 pesos le están bajando 60</i>
10.8	<i>Que le bajan de precio a las cosas, son ofertas</i>
10	<i>Que te hacen el 60% menos en algo, es un descuento</i>
10.2	<i>De que a las cosas que están más caras le rebajan 60 por ciento menos, y así cuesta menos</i>
9.11	<i>Que se vende algo y esta más barato, es una oferta</i>
10.5	<i>Esta en oferta lo que venden ahí, es mas barato</i>
10.11	<i>Te bajan el precio de la mercancía seleccionada, te rebajan un por ciento</i>

Tabla 77

REBAJAS 60%

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.10	Te sale mas barato comprar en esa tienda
11.2	si pone ya 60 por ciento, es que significa que la rebajaron
9.7	Le quitan dinero a lo que cuesta, por ejemplo si cuesta 60, pues ahora te cuesta 5
9.11	Es una oferta, lo ponen para anunciar una oferta
10.3	Es que hay descuentos en esa tienda y así compras mas cosas ... eso es malo porque si vas ahí pues tienes que comprar muchas cosas. Descuento es que cuesta menos
10.8	Que ahora las cosas ya no son caras, ahora son mas baratas
9.7	60 por ciento es un valor del dinero o algo así ... y rebajas pues no me acuerdo
9.10	... es mas barato, te sale mejor comprar en esa tienda
10.1	Un anuncio de que venden ropa o algo así en esa tienda ... y que es mas barato que en otros lados
10.7	Es un descuento o algo así, es que las cosas ya no valen lo mismo

Tabla 78

REBAJAS 60%

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
12.7	<i>Que algo costaba un precio y lo rebajan al 60%, le bajan de precio</i>
12.7	<i>Que esta al 60% menos del precio normal y que solo en algunas prendas, por eso dice mercancía seleccionada. Si es el 60% menos</i>
11.10	<i>Que tienen un descuento. Y te cuesta menos</i>
12	<i>De que esta ... de una cantidad, depende de la cantidad de por ciento le rebajan y con ese letrero te anuncian</i>
13.4	Te hacen un descuento a la hora de pagar, te sale mas barato y esta en buenas condiciones lo que venden ahí no importa que este rebajado o mas barato
11.10	Oferta, esos letreros anuncian ofertas de cosas muy caras y que ahora ya no están caras las dan mas baratas
12.2	Ya no cuesta lo mismo ahora es mas barato lo que compres
12.8	Cuesta menos lo que venden en esa tienda, cuesta menos la mercancía seleccionada
12.4	Pues para que compres cosas rebajadas, mas baratas
11.10	Anuncian ofertas en esa tienda, te rebajan 60% de su precio

Tabla 79

REBAJAS 60%

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
13.2	pues que le, a un producto le rebajan el 60% sin restricciones es para toda la tienda, y mercancía seleccionada pues es que la puedes seleccionar
12.3	son cosas que están muy caras y que se les rebaja el precio, para que se puedan vender más rápido
13.6	así si compras cosas, le rebajan el 60%
13.4	bajas el 60% del precio normal
12.1	Es si compras algo le pueden bajar, si compras hartas cosas, le pueden bajar el 60% de lo que compre. Si compras hartas, si, pero si compras poquitas nada mas te dan como 5 de rebajas
12.8	Que les rebajan el precio, Le rebajan como 5 pesos y ya cuesta 5
13.4	Es cuando compras algo en 100 y te descuentan el 60 y te saldría a 40 pesos la cosa que compres
12.5	Son letreros para engañar a la gente y compres mas cosas, dice que hay descuentos pero luego ni es cierto
11.11	Venden cosas mas baratas, les bajan al precio para que te alcance
12.5	Oferta de toda la mercancía seleccionada que hay en la tienda, es mas barato te rebajan el 60%

Tabla 80

ESTACIONAMIENTO GRATUITO

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.5	Es que un carro va a algún lugar y luego no tienen donde estacionar el carro, bueno un señor que no tiene donde estacionar su carro y como dice el letrero estacionamiento gratuito, gratuito significa que es gratis, sin pagar.
8.5	Que es un estacionamiento para personas que trabajan ahí Gratuito no se que quiera decir
8.5	Estacionamiento gratuito, exclusivo... es un estacionamiento gratuito y ahí este... ahí se estacionan los carros, ahí se... ahí se puede usar para... para nada más estacionamientos de la CEA. Gratuito ya se me olvidó que es.
8.3	Un estacionamiento, que te puedes meter y si te cobran
8.10	Estacionamiento donde se estacionan los coches de las personas que trabajan en ese lugar. No sé que es gratuito
8.1	Que solo pueden estacionarse los que trabajan ahí. Es exclusivo y gratuito no se que quiera decir
8.5	Nada mas los del estacionamiento que sirve para guardar coches
8.7	Estacionamiento gratuito, exclusivo para usuarios, proveedores y contratistas de la CEA. Es un estacionamiento gratuito. Y gratuito es ... que no es publico, que nada mas pueden entrar los que trabajan ahí

8.7	... pues un estacionamiento que lo van a abrir
8.7	Eso no lo entiendo

Tabla 81

ESTACIONAMIENTO GRATUITO

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.7	Un estacionamiento pues... Es para estacionarse
8.3	Cuando vas a ese lugar pues te puedes estacionar ahí, pero lo demás no se que quiera decir
7.11	Que puede entrar un coche ahí para estacionarse y que es gratis
7.6	No se que quiera decir
8.5	Es donde se paga el agua, y es un estacionamiento para coches
8.7	Un estacionamiento gratuito es... no me acuerdo bien que es
8.9	Cuando vas a una oficina o algo así pues dejar tu auto ahí parado y es gratis
8.11	Me imagino que es para los que trabajan ahí, para que estacionen sus coches mientras están trabajando y no les cobran, porque ahí dice que es gratuito
9	Para cuando no hay donde estacionarse y vas a ese lugar pues ahí dejas tu coche y gratuito no se lo que sea
8.1	Ese letrero no lo he visto

Tabla 82

ESTACIONAMIENTO GRATUITO

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
10.5	Es un estacionamiento que es gratis y te puedes estacionar si vas a la CEA, al agua, pero eso de usuarios, proveedores y contratistas no se quienes sean
10.5	Ahí dice que te puedes estacionar sin pagar
10.4	De que ese estacionamiento es gratis, para los que trabajan ahí
10.11	Es un estacionamiento que es exclusivo para las personas que trabajan en un lugar y gratuito no se que signifique
10.8	Es un estacionamiento gratis , solo para los que trabajan ahí en la CEA, en el agua
10	Es un estacionamiento gratis, para los que van a comprar algo en el CEA o trabajan ahí
10.2	Que hay un estacionamiento donde esta el agua, que hay unas filas para el agua y ahí esta el estacionamiento y que es gratis estacionarte
9.11	Para que te estaciones, y no se que quiera decir gratuito
10.5	Un estacionamiento para que te estaciones cuando vas a pagar el agua y no se que quiera decir gratuito
10.11	Un estacionamiento gratis

Tabla 83

ESTACIONAMIENTO GRATUITO

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.10	Para cuando vas al CEA, pues ahí dejas tu coche, es para que te estaciones mientras vas a arreglar tus asuntos del agua de tu casa, y es gratis
9.7	Para encargar tu coche, para estacionarse y no te cobran
9.11	Pues que ahí nada mas puede pasar la gente que trabaja ahí, ahí pueden pasar con su coche nada mas ellos
10.3	Si no tienes donde guardar tu coche pues ahí lo dejas, es para guardarlo y gratuito no se lo que sea
11.2	Es un estacionamiento para los coches gratis, para cuando vas a ese lugar
10.8	Pues que te puedes estacionar, no mas bien que se estacionan exclusivamente los que trabajan ahí
9.7	Estacionar tu auto mientras vas a pagar la agua
9.10	Ahí estacionan las camionetas de los del agua. Los que te cobran el agua
10.1	Es gratis y te puedes estacionar ahí
10.7	Es como un lugar donde dejar tu coche, eso es un estacionamiento y no te cobran por dejarlo ahí, pero eso de usuarios y proveedores no se lo que sea

Tabla 84

ESTACIONAMIENTO GRATUITO

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
12.7	Para los que van ahí, entran sin pagar
12.7	Que... que ese estacionamiento es solamente para ellos, solo pueden entrar los que trabajan y los que van
11.10	De que prestan el estacionamiento cuando vas a pagar agua, cuando vas a pedir agua a esa comisión
12	Es un estacionamiento para los que trabajan en esa fábrica y que no te cobran por entrar
13.4	Cuando vas a arreglar asuntos en la comisión del agua, pues ahí te estacionas
11.10	Estacionamiento exclusivo, o sea que ahí se pueden estacionar nada mas lo que van ahí
12.2	Estacionamiento para... los usuarios son los que usan el agua y ahí se pueden estacionar, y los contratistas pues los que contratan el agua y los proveedores eso no se, pero es nada mas para esas personas que van ahí a esas oficinas
12.8	Ahí dejas tu camioneta cuando vas a pagar el agua y te dan permiso de dejarla ahí mientras pagas

12.4	Ahí estacionan los coches las personas que trabajan en la CEA ... ah y también los que van ahí, porque ahí dice que también es para usuarios.
11.10	Un estacionamiento gratis

Tabla 85

ESTACIONAMIENTO GRATUITO

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
13.2	Pues que hay un estacionamiento de la CEA, donde pagan el agua o que la van a contratar este... luego hay estacionamientos que son gratuitos pero no son para usuarios, son para los que trabajan ahí o para los que van a contratarla, o sea no son para cualquier persona
12.3	Es así como para las personas que vienen a ver cosas del agua y traen coches y pueden estacionarse exactamente en esa parte, ahí no les hacen mal obra y ahí no se les cobra
13.6	Para que se puedan estacionar y no les cobran
13.4	Para que pasen, pasen a estacionarse ahí los de la CEA. Y es gratis
12.1	Que pueden estacionarse todos los que quieran en ese lugar y que es gratis
12.8	Así que meten autos y se estacionan, que trabajan en la fabrica y gratuito es que es gratis
13.4	Es de los del agua, las camionetas y todo eso, ahí tienen un estacionamiento gratis y no les cobran, es gratuito que no les cobran
12.5	Sirve para dejar tu coche ahí, mientras vas a las oficinas de la CEA y no te cobran nada por estacionarte el coche y por que te lo cuiden ahí

11.11	Te puedes estacionar de gratis
12.5	Ahí dejan el auto quien trabaja en ese lugar y gratuito quiere decir que es gratis, que no te cobran nada de nada

Tabla 86

HOY SE FIA

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.5	Que qué hoy si se presta Por ejemplo hay muchos niños envidiosos que no quieren jugar con nadie y... y luego no prestan has de cuenta un balón y así es... ellos no quieres fiar el balón
8.5	No, no sé
8.5	No sé
8.3	Para que tu pases a comprar en la tienda las cosas, pero no se que quiere decir fiado
8.10	Es para que vayas a comprar cosas a esa tienda, en pagos chiquitos. Que es mas barato y pagas poquito. No sé que es fiar
8.1	No sé
8.5	No se que signifique fiar, nunca lo he visto
8.7	Ah, es apartado, pero no se bien, nunca lo he escuchado

8.7	Como que están abriendo una tienda
8.7	Es un anuncio de una tienda que anuncia algo, no me acuerdo como se llama, anuncian adornos para que entren a ver

Tabla 87

HOY SE FIA

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.7	Venden cocinas, pero no se que sea eso de fiar
8.3	...Parece que fiar es como que te prestan algo pero no se bien como
7.11	No se que quiera decir fiar
7.6	Es para que compres todo lo que hay en esa tienda, es algo como de oferta de que es mas bara
8.5	Pues quien sabe que quiera decir eso
8.7	Como que vas pagando las cosas poco a poco pero no se como sea eso
8.9	Quien sabe que quiera decir eso
8.11	Cuando te fían es cuando no tienes con que pagar y luego pasas a pagar... en esa tienda te dan fiado
9	No sé
8.1	Es cuando luego regresas a pagar, te dan fiado, así como la señora de la tienda que le fía a mi mama

Tabla 88

HOY SE FIA

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
10.5	De que hoy puedes llevarte algo sin pagarlo, y luego regresas a pagarlo. Primero te dan como un boleto y luego con eso vas mañana para pagarlo
10.5	Eso es de que hoy se presta, que fían así como de que te presto esto y no sé ya sea mañana o pasado mañana me das el dinero. Pues... has de cuenta que no tienes dinero, bueno si tienes dinero pero no traes y luego les preguntas si te pueden fiar y te dicen no pues sí, ah okay entonces les dices que si te pueden fiar esto, okay y ¿Cuándo me lo pagas?, mañana, esta bien, y firmas un papel.
10.4	No se que es fiar
10.11	Que el letrero esta diciendo, bueno esta anunciando que la tienda se llama home mart, pero no se que signifique
10.8	Que puedes, te apuntan que les deben algún dinero y ya luego les vas pagando

10	Es como apartado, dejas un dinero y luego regresas a pagar, pero aquí te dan las cosas y vas pagando poco a poco
10.2	Que son cocinas y baños y que cuestan muy poquito, que no cuestan tanto como en precios de fábrica, son mini pagos y lo de fiar no se que sea
9.11	Que venden cosas para la casa Para que te fien las cosas y fiar es que confías en alguien
10.5	Es cuando compras algo y lo pagas luego, tienes que firmar un papel y luego regresas a pagarlo
10.11	No se bien que es eso

Tabla 89

HOY SE FIA

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.10	Si, es cuando puedes regresar a pagar otro día ... y pues en esa tienda te han de pedir tu dirección por si no pagas para que te busquen en tu casa
9.7	Vas pagando como en abonos o algo así... si he escuchado mucho la palabra fiar pero no me acuerdo ahorita muy bien
9.11	Pedir fiado es cuando no tienes con que pagar y luego, luego regresas a pagar lo que debes
10.3	En esa tienda tu puedes pedir fiado y luego regresas a pagar
11.2	Que si compras una cosa, y tu quieres que te lo fíen. Si compras una agua, porque no traes dinero y quieres que te lo fíen. Es cuando quieres una cosa y tu no tienes dinero. Por ejemplo mi mamá saca en una tienda porque no tiene dinero
10.8	Vas pagando de poco en poco, como si fueran abonos y ... en esa tienda te dan fiado
9.7	¿es cuando te prestan dinero?
9.10	Te llevas las cosas que quieres comprar y luego regresas a pagarlas y si no las pagas pues te van a buscar a tu casa

10.1	Que te dan fiado es cuando ... cuando... te llevas por ejemplo un refresco y luego lo pagas
10.7	Si tu no tienes mucho dinero pues les dices y ellos te dan las cosas que quieres comprar y luego les pagas

Tabla 90

HOY SE FIA

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
12.7	Que se lo pueden llevar pero sin pagar y otro día lo pagan. te tienen que apuntar y cuando vayas otra vez pues lo pagas. si no pagas pues te van a buscar a tu casa.
12.7	Es que, no traes dinero o algo así, entonces te dicen, deja poquito, entonces te puedo dar 50 pesos y luego te pago lo demás, pero te apuntan y te hacen algún contrato o algo
11.10	De que hoy te perdonan dinero O te prestan para que pagues después. Te dan las cosas y las tienes que pagar después
12.0	De que te pueden, de que si no traes suficiente dinero para pagar lo que compras, te fían y nada mas pagas una cantidad y luego te dicen cuando puedes pagar la otra.
13.4	Vas pagando poco a poco todo lo que compraste, esos son los pagos chiquitos... si eso es pedir fiado
11.10	Te llevas las cosas que compraste y luego regresas a pagar, te piden tu dirección y tu teléfono por si no regresas a pagar
12.2	Cuando no te alcanza pues pides fiado y eso es cuando te prestan dinero para que pagues las cosas que compras y luego les pagas ese dinero
12.8	Que luego regresas a pagar
12.4	Es cuando... cuando quieres comprar algo y no traes en ese momento pues luego les pagas y ellos te apuntan en una lista y ya cuando pagas pues ya te borran
11.10	Si pides fiado es que confían en ti para que luego les pagues lo que debes

Tabla 91

HOY SE FIA

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
13.2	Pues que podemos ir y... traernos una cosa, o sea con papeles traernos una cosa, un martillo y después podemos ir a pagarlo
12.3	se trata de... que puedes comprar cosas pero no pagarlo ese día. No sé, si no te alcanza y te falta o necesitas algo y no traes dinero para pagarlo, esa cosa te lo prestan, te dan lo que quieres y luego tu ya regresas a pagarlo
13.6	Que así como si las estuvieran comprando, que... se fían de... se las pueden llevar y luego pagar en pagos o algo así
13.4	Prestar cosas en las tiendas, con unos pagares ahí les ponen el préstamo
12.1	Que cuando uno va, uno dice que se fía así para entrar al baño o algo, y ya puedes entrar para que no se fíe para que le paguen. Es que luego llevo un cambio, luego me dicen que no tienen cambio, entonces me dicen que me lo fían. Si les pago, pero ya cuando cambie.
12.8	Cuando una persona va a la tienda con una persona confiable y le dice me fía una coca o algo y le dice la señora que si y la agarra y le dice a la señora, después regreso otro día, o ese mismo día y le paga lo que le debe
13.4	Es de que te dan las cosas, y las puedes ir pagando en abonos
12.5	En esa tienda no se como se fíe, pero es cuando pagas otro día que no es el que compraste

11.11	Cuando te llevas las cosas sin pagar y luego te devuelves a pagar al señor que te las dio
12.5	Puedes comprar unos muebles algo para tu casa, pero si no tienes dinero pues pides fiado y luego les vas pagando de poquito en poquito

Tabla 92

VENTA Y RENTA DE CASA

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION DE VENDER	OPINION Y EXPLICACION DE RENTAR
8.5	Que si se vende, se vende para siempre	La renta tienes que estar pagando
8.5	Vender es que ya no es tuya	Rentar es que la prestas y te pagan cada mes
8.5	Y esta de de cuando ya no la necesitan, se van para siempre a otra casa y ya se quedan con ella otros señores	Si quieren rentar una casa pues la rentan, luego ya se la dan al que quiere y ya se la quedan un buen rato y ya cuando viene el señor de la casa ya se van
8.3	Que se vende, que ya no la quieren y la dan, tu hablas para preguntar cuanto cuesta y si puedes pasar a verla y si te gusta pues la compras	La que rentas, tienes que pagar cada mes y sigue siendo de quien te la renta
8.10	Esa, es que si te gusta esa casa la compras y ya es tuya	Que se renta esa casa y que llames a ese número, Que la pagas, para vivas ahí la tienes que ir pagando cada mes y no es tuya
8.1	Que se vende, no se como	Rentar es que... solo te la puedes quedar un tiempo, y vender es que te la puedes quedar todo el tiempo

8.5	Vender es como si se las regalaras, pero te pagan dinero	En renta es como prestada , y les pagan dinero el que les estén ofreciendo al que se las va a rentar
8.7	Es que se vende la casa pero la tienes que pagar luego, luego	Rentar significa que no te la puedes quedar porque no es tuya, y tienes que dar dinero porque te la prestan.
8.7	Te la regalan, pero tienes que pagar. en la de la venta nada más la compras y ya es tuya.	Que en la de la renta te la prestan En la de la renta pagas muchas veces
8.7	Se vende la casa que ya no quieren y la quieren los que la compran, y los que la venden ponen un letrero.	Que la casa esta rentada, que si la quieren rentar, pero es rentado no así comprada, la rentan. Que se la piden prestado y le pagan al dueño de la casa cada mes

Tabla 93

VENTA Y RENTA DE CASA

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION DE VENDER	OPINION Y EXPLICACION DE RENTAR
8.7	Si tienes mucho dinero pues compras una casa y ya puedes vivir ahí	Te la prestan, les das dinero y ya
8.3	Pues te dan la casa y tu pagas dinero por ella	Pues cuando vives en una casa que es rentada pero no se bien como es eso
7.11	Tienes que tener mucho dinero y luego si te gusta pues la puedes comprar de poco en poco o todo de jalón	Das dinero y puedes vivir en esa casa ... parece que no es tuya
7.6	Puedes vivir en esa casa que ya es tuya... necesitas pagar dinero por ella	Esa casa no es tuya es de alguien más, pero no se si pagas dinero
8.5	Pues... la compras y ya Le tienes que dar dinero al señor	Pues no se bien de eso de la rentada
8.7	Para vivir en esa casa necesitas pagarle al señor y si te conviene pues se lo das y ya	Puedes vivir en esa casa si te conviene y también le pagas dinero pero no es tuya
8.9	Pues vender es como que se la das a otra persona	No se si es tuya pero si tienes que pagar cada día o algo así
8.11	Cuando quieres comprar algo pues lo compras y ya les das montón de dinero y ya es tuya	No se bien como se rente una casa
9	Es como... cuando quieres algo pues lo compras ... si tienes que dar dinero	Rentar... también das dinero pero no se como
8.1	Vender... vender... es que ya no es tuya se lo das a otra persona	Es cuando rentas una casa pero nada mas, si lo he escuchado pero no me acuerdo

Tabla 94

VENTA Y RENTA DE CASA

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION DE VENDER	OPINION Y EXPLICACION DE RENTAR
10.5	<p>Que se vende, sin tener que pagarle a la inmobiliaria, que lo ves con el dueño. Que cuando la compras te dan los papeles de la casa y ya es tuya</p>	<p>Y como si compras una casa, pero no te dan los papeles y tienes que pagar cada mes. no es tuya, es como si te la prestaran pero le pagas al dueño.</p>
10.5	<p>es de que ya te lo quedas para siempre,</p>	<p>voy a rentarlo por tantos días o por tantos meses, pero la casa no es tuya. Este es un letrero que dice así como que hay una casa que pueden rentarla por algo de dinero, un dinero que pagas mensualidades o años y... y pues ahí vives el tiempo que tu quieras siempre y cuando pagues, y el teléfono que aparece ahí es para que llames si es que quieres saber información</p>
10.4	<p>De que te venden esa casa y das el dinero y ya es tuya, sin pagar al mes o a la semana</p>	<p>De que te prestan la casa de pagos por mes</p>

10.11	Que tampoco van a querer la casa, y que ya se van los señores y la van a vender a otras personas	Que en una casa los señores ya no van a vivir ahí, va a ser su casa, pero se la van a prestar a otros señores
10.8	Es toda tuya, la pagas y ya	En rentar no es tu casa completamente, nada mas te las presta
10	le das todo el dinero y ya es tuya la casa	es que pagas cada mes y no es tuya.
10.2	la venta es que es tuya, cuando la compras ya es tuya	La compras, le das dinero para que te la presten, les pagas pero no es tuya, vas pagando es como si te la prestaran
9.11	Que una es tuya y pagas todo el dinero	no es tuya y vas pagando dinero para vivir ahí

10.5	Es tuya, te dan los papeles de la casa	Pagas por días o por meses pero no es tuya
10.11	Les pagas todo el dinero que cuesta la casa y ya es tuya siempre	Es como si te la prestaran pero vas pagando cada mes o algo así

Tabla 95

VENTA Y RENTA DE CASA

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION DE VENDER	OPINION Y EXPLICACION DE RENTAR
8.10	Es como si te la prestaran mas o menos pero no, ya no es prestada ya no pagas por vivir ahí	Te prestan una casa para vivir ahí y la vas pagando por día o por años
11.2	Vas pagando poquito a poquito y cuando ya tienes el dinero completo pues ya es tuya, ya no puedes entrar ahí porque ya te la pagaron completo	rentar es que se renta nada mas por un ratito, se renta pero tienes que pagar dinero
9.7	Y como cuando vendes algo y ya no es tuyo ya es de otra persona	Vas pagando dinero por vivir en un cuarto
9.11	Le dices al señor que quieres comprar su casa y juntas un montón de dinero o se lo pagas de a poco y ya la compras	Puedes vivir en una casa que no es tuya, te la prestan... y parece que pagas por eso pero no se bien
10.3	Pues la compras y ya es tuya	Te prestan una casa y ahí vives
10.8	Si vendes la casa pues ya te quedaste sin ella, pero ahora tienes dinero y puedes comprar otra	Me imagino que cuando rentas es pagar mensualidades de poco dinero, pues no se si es tuya o no
9.7	cuando tienes mucho dinero juntado... pues compras la casa y ya puedes vivir ahí para siempre sin que te estén molestando	Te molestan cuando rentas una casa pues tienes que estar pagando por meses o por días o algo así
9.10	Cuando vives en tu casa que compraste, la pagas y ya, das el dinero y ya	Te puedes quedar en esa casa pero no es tuya, pero no se si se paga o no

10.1	Parece que les das dinero y ya es tuya, ya vives ahí	También les das dinero y vives en la casa, pero das menos dinero, poquito dinero
10.7	Que a ese señor ya no le gusta su casa y la vende a otra persona, ... si cuando la vende pues ya no es de él	Vives en una casa que es de otro señor. Pero no se si le pagas o que

Tabla 96

VENTA Y RENTA DE CASA

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION DE VENDER	OPINION Y EXPLICACION DE RENTAR
12.7	La pagas y ya es tuya, ya puedes hacer lo que quieras con ella	Que al mes o al año das dinero, no la compras, nada mas vives, pero dando dinero, lo que no se es que si ellos te paguen el agua, pero ahí vives
12.7	Que esta en venta la casa y eso de trato directo es como que te doy y tu me das o algo así que ahorita, no sé la verdad pero me imagino que es algo así. Que la venta es que pasa de una persona a la otra	y la renta es que todavía la persona sigue siendo la dueña, pero que se la presta o algo así, se la renta, le pagas
11.10	Que le vendes tu casa, se la das y ya no es tuya, le pagas	Que viven en tu casa, pagándote una determinada cantidad de dinero
12.0	De que te la venden así directo, vas la compras y ya es tu casa	hay diferentes tipos de lo que puede ser, puede ser años, meses o como tu escojas. Es que cuando vives aquí pues tu avisas que en una semana ya te vas o algo así y se la regresas al dueño
13.4	Cuando compras algo y ya es tuyo ... le pagas dinero y ya es tuya la casa	Pagas para vivir en una casa que es prestada que no es tuya

11.10	Vendes tu casa y ya es de otra persona... ya no es tuya	Cuando no la puedes comprar pues la rentas ... pero no es tuya
12.2	Cuando vendes tu casa en trato directo es que la persona va directamente a negociar contigo y si le parece pues te compra la casa y ya le das las llaves y todo	Pagas a la semana una determinada cantidad de dinero por vivir en una casa que no es tuya
12.8	Si te gusta esa casa pues la compras, das el dinero y ya es tuya y la puedes rentar o hacer lo que quieras con ella	Es parecido a que te la presten pero pagas para que te la presten
12.4	Les pagas con un cheque cuando quieres comprar la casa y ya es tuya	Vas pagando dinero cada vez que te cobran pero no es tuya la casa
11.10	Tu les das dinero y el señor te da su casa	También les das dinero pero no es tuya la casa, nada mas te la prestan y tu la tienes que cuidar y todo eso y pagar todo lo de la casa

Tabla 97

VENTA Y RENTA DE CASA

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION DE VENDER	OPINION Y EXPLICACION DE RENTAR
13.2	Pues que vender ya va a ser de él, o sea que si yo la vendo pues ya es mía	y si le rento pues voy a estar viviendo yo ahí pero no va a ser mía, es del dueño
12.3	Es que en una te puedes cambiar ya, sin rentar nada y en otra nomás ahí te quedas	Se las rentan, eso quiere decir que les dan dinero, ellos pagan para que les renten un rato la casa para vivir ahí
13.6	la pagas la casa y ya es de ella	La pagas cada mes
13.4	Que esta se hace propia	Prestarla a cambio de dinero
12.1	vender es que se la venda toda	si la renta le tiene que pagar
12.8	De que ven en una casa se la venden y se queda con ella para siempre	rentar es que se queda un tiempo nada mas
13.4	Ah de que cuando la vendes, ya de momento tienes tu dinero	si la rentas, sale mejor, porque estas rentando y cada mes cobras mas y cobras mas y hasta puedes ganar mas de lo que vale esa casa por rentas
12.5	Es cuando se la das a alguien y te paga dinero, entonces ya no es tuya pues ya la vendiste	La renta es como prestarla a otra gente para que viva ahí y te va pagando por día

11.11	Intercambias las cosas, tu le das dinero y la otra persona te de su casa	Cuando vives en una casa que no es tuya y pagas por ella todo el tiempo
12.5	Pues pagas mucho dinero y si es tuya	Es parecido a que la compres porque pagas mucho dinero, pero no es tuya nada mas pagas y ya

Tabla 98

PRONOSTICOS DEPORTIVOS

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.5	Pones los números y ganas depende del numero que pongas ahí en melate, y te ganas como una camioneta último modelo, dos millones de pesos, y algo así
8.5	Estas son marcas de tiendas
8.5	Son un concurso Ganas dinero Lo veo en la tele o en el radio
8.3	No sé
8.10	El melate es un juego que puedes ganar dinero y compras un boletito
8.1	Es para ganarte dinero, son como rifas
8.5	No los he visto
8.7	Es cuando le atinas al número que es, te dan dinero, he visto los anuncios en la tele
8.7	Pues programas, personas que en las fiestas llevan cosas para concursos, como propaganda
8.7	Un boletito que le pones unos números, y lo guardas y luego cuando sea la rifa lo llevas y si salen los números que tu pusiste te dan dinero

Tabla 99

PRONOSTICOS DEPORTIVOS

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.7	Son papelitos que compras y te ganas dinero o algo así no me acuerdo bien
8.3	Si los he visto pero no he preguntado para que son
7.11	Mi tío compra de eso de melate y dice que es para ganar dinero
7.6	Si he visto de esos letreros en le tele, pero no le entiendo
8.5	Quien sabe que sea eso
8.7	Son como marcas de algo, sirve para anunciar que ahí venden de esas cosas
8.9	No se bien que sea eso, quien sabe
8.11	Son boletos como de concursos, eso lo he visto en la tele pero no se bien
9	Es para ganar dinero pero no se como
8.1	No se

Tabla 100

PRONOSTICOS DEPORTIVOS

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
10.5	Puedes comprar de esos boletos para ganar con la lotería
10.5	Pues yo nunca lo he hecho, pero me imagino que compras el boleto y le raspas, con una moneda, y ves en el periódico que tienen ahí el día del sorteo y si te sale el mismo número, pues ganas y ya
10.4	El pro gol es de que ponen un partido y hay 3 cuadritos, uno en un equipo otro en el otro y otro en medio, y le anotas a quien pienses que va a ganar y si lo pones en medio lo pones en medio y te ganas dinero
10.11	Que te sacas algo, cuando juegas y... ya
10.8	Unos boletos donde te puedes ganar dinero
10	Puedes ganar dinero Tienes que poner un número y si le atinas, pues te ganas dinero
10.2	De melate, de que si le atinas a un número ganas dinero
9.11	De unas rifas, para participar Si los he visto pero no me acuerdo
10.5	Como una lotería que te ganas dinero
10.11	Compras un boleto y si le atinas a los marcadores de fútbol pues te ganas dinero

Tabla 101

PRONOSTICOS DEPORTIVOS

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.10	Es algo del fútbol, apuestas para ver quien va a ganar y si le atinas pues ya ganas
9.7	Son concursos de dinero o de rifas
9.11	Lo de melate no se que sea, pero lo de pro gol es cuando compras un boletito y ahí viene los partidos de fut que va a ver, entonces tu pones los goles que crees que van a meter y si le atinas pues ya te ganas algo, pero no se bien que ganas
10.3	Para ganar dinero, le rascas ahí y si te salen iguales o algo así pues ya ganas
11.2	Es cuando tienes un boleto y te ganas un premio de 50 mil pesos o de 6 mil pesos y dice melate y revancha porque esto sale en la tele. Y si dice Tris, Pro gol o chispazo, con todos esos premios que dicen ahí, te ganas un premio, o un regalo pero que ya no sea dinero. ... se les raspa y dice felicidades ganaste, ganaste, a mí también me ha salido eso en las galletas

10.8	Es como una rifa, un concurso que te puedes ganar muchas cosas
9.7	Los he visto en afuera de las tiendas, pero no se bien para que sean
9.10	Es para... es para ganar premios
10.1	Si sabia pero ya se me olvido
10.7	Rifas y concursos que le raspas y te sacas algo, es algo así parece

Tabla 102

PRONOSTICOS DEPORTIVOS

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
12.7	Te dan dinero, juegas en un papel y te dan dinero, como rifa
12.7	De todos los juegos de lotería que te dan dinero y tachas y rascas y todo eso
11.10	Son sorteos de dinero. Compras un boletito y si le atinas a un numero te dan una determinada cantidad de dinero
12	De unos papelitos con números que tienes que tacharlos y si son esos los que tienen los señores apuntados pues te ganas un dinero
13.4	Concursos de dinero, que tachas unos números y si le atinas pues ya ganaste
11.10	Es algo de la lotería que si le atinas al número te ganas premios y todo eso
12.2	Hay que comprar unos papelitos, parece que son de color como naranja y blanco y tu le pones ahí lo que crees que es el marcador del fútbol y le tienes que atinar a todos para que ganes
12.8	Te ganas dinero jugando con eso, tienes que tachar los números
12.4	Si lo he visto anunciado en la tele pero no le he puesto atención de que se trata
11.10	Son rifas de dinero te puedes ganar muchos millones, bueno eso creo

Tabla 103

PRONOSTICOS DEPORTIVOS

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
13.2	Es un lebrero de... pro gol de chispazo, compras un boleto, un boleto y... lo llenas y parece que es el de pro gol el de las estadísticas de fútbol y vamos a poner América necaxa y pones ahí quien crees que va a ganar y así en todos los equipos y lo metes por 20 pesos y si eres el que acertaste más pues te llevas el premio mayor de 10 000 pesos de 20
12.3	Es de... así como... para ganarse dinero, una forma de probar su suerte con el dinero Yo digo que como van juntando el dinero, van llenado y van llamando
13.6	Si te sacas el melate y te dan la revancha y así si pierdes te dan la revancha. Ganar dinero o un coche
13.4	Esos los pasan en los comerciales. Es de unos números que tienes que escoger para ganar dinero

12.1	Compras un boletito, te ganas dinero de esos salen en la tele.
12.8	Que son destos como, como boletos para ganarse dinero o algo así, los compran y ven si se los ganan
13.4	Este, este (melate) si lo he visto, es un papelito chiquito con letras negras, como a maquina y ahí te ponen tu numero y si compras con revancha, tienes otra oportunidad de ganar y ganas dinero
12.5	Un concurso que anuncian en la tele, y te ganas dinero y parece que le tienes que rascar para que te salgan todas iguales, todas las cosas que estén ahí
11.11	Es como una apuesta del fút, aquí en la escuela le hacemos así, hacemos nuestras quinielas para ver quien va a ganar y si le atinas pues ya ganas
12.5	El de melate tienes que tachar los números que crees que van a salir y su salen pues ya se te hizo ganarte tu dinerito

Tabla 104

SISTEMA DE APARTADO

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.5	No, no he visto, no sé para que es
8.5	No, no se que quiera decir sistema de apartado
8.5	Para... para este... hay dios, esta muy difícil. No, no se para que los ponen
8.3	Llevar el dinero y luego tienes que ver si hay las cosas, pero luego en las tiendas no hay las cosas y tienes que ir a otras, entonces tú das el dinero para que te las traigan. Si no regresas se quedan con el dinero.
8.10	Le dices a la señora que te lo aparte la cosa y entonces te la guarda y luego ya regresas por ella, y le das dinero y luego le das lo demás
8.1	Ah!!!, que puedes apartar las cosas, vas por ellas, las apartas y ya y no das dinero
8.5	Que esta apartado una cosa, un objeto, puede ser como un tipo de objeto que ya lo apartaron y que ya no lo pueden comprar
8.7	Ah si, en las películas lo único que he visto es que por un precio lo apartas, así como por 60 pesos apartas una película y luego vas por ella y pagas todo lo demás.
8.7	Para vender, pero no se bien
8.7	Que apartan esta tienda por un mes para un señor, para que el señor compre la tienda

Tabla 105

SISTEMA DE APARTADO

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.7	Las ponen fuera de las tiendas para poder comprar mas, es como una oferta o algo así
8.3	Que si tu quieres algo pues lo apartas en esa tienda y luego regresas a comprarlo, pero no se bien como sea eso de apartar las cosas
7.11	Es una tienda... parece como una farmacia
7.6	Pues no se, quien sabe
8.5	Si he visto de esos letrero pero no he preguntado a nadie
8.7	Para apartar bolsas, si tu no traes dinero pues apartar la bolsa que te gusta y luego la pagas
8.9	Es... es... no se
8.11	Es cuando pagas de a poquito lo que compras o algo así
9	Es algo de apartar... pero no me acuerdo
8.1	No sé

Tabla 106

SISTEMA DE APARTADO

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
10.5	Que si tu quieres una cosa y no tienes para pagarlo, te la apartan y no se la venden a nadie, y tu regresas dentro de un mes por la cosa que apartaste y la pagas.
10.5	Pues vas a la tienda, y ahí preguntas que cuanto cuesta esto, y te dicen que tal y tal. Y luego dices ¿me lo aparta por favor?, bueno primero tienes que preguntar si hay sistema de apartado, si te dicen sí pues ya preguntas que cuanto tiempo dura el sistema, y ya te dicen, entonces les dices que te lo aparten
10.4	No sé
10.11	Vas a la tienda y pagas la mitad o menos de la mitad y lo apartas y luego otra vez vas y sigues pagando hasta que lo terminas de pagar ya te lo llevas
10.8	Que te apartan las cosas que quieras a ni mas de un mes Le doy mi nombre y le digo que me lo aparte, pero hay tiendas donde te lo apartan por un día Ya no te lo apartan y se lo venden a otra persona
10	Que hay sistema de apartado a un mes, que dejas dinero por lo que apartes y... si no pagas en un mes ya le quitan lo apartado y lo venden a otras personas y cuando lo apartas, pues puedes ir por lo que apartaste cuando termines de pagar todo

10.2	No sé
9.11	Es de una tienda
10.5	Cuando quieres apartar algo de una tienda, les pagas una parte del precio y luego regresas a pagar lo demás y ellos te lo apartan
10.11	No sé

Tabla 107

SISTEMA DE APARTADO

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.10	Que en un mes puedes comprar las cosas que quieras pero no se bien como
9.7	Lo ponen para apartar lo que tu quieres comprar y les pagas poquito dinero y luego ya regresas y ya te lo llevas lo que apartaste
9.11	Uhm... sistema de apartado a un mes, que ya esta apartado una cosa y ya no lo puedes vender, esa bolsa ya esta apartada y ya no la puedes vender, ya le dije a la señora que ya estaba apartada y ya no la podía vender
10.3	Dejas de a poquito dinero y luego regresas a pagar todo lo que te falta, y ya te llevas lo que quieres comprar
11.2	No me acuerdo ahorita
10.8	Sirve para apartar cosas, la apartas para que nadie se la lleve a su casa y ahí te la guardan hasta que tu regreses
9.7	Venden bolsas parece y las puedes apartar y así ya no venden las bolsas y ya puedes comprarlas
9.10	No sé

10.1	Es como un sistema de apartado que vendes cosas y todo lo que quieras
10.7	Si tu quieres comprar algo y no tienes dinero pues lo apartas y luego ya vas por lo que compraste, dejas un pago o algo así y ya.

Tabla 108

SISTEMA DE APARTADO

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
12.7	Para que puedas apartar las cosas. Das una cierta cantidad de dinero de lo que vas a comprar y ahí te lo apartan, y nadie mas lo puede comprar dentro de un mes
12.7	Que vas a una tienda o algo así y das un poco de dinero del que traes y te lo pueden apartar por... por un mes o por el tiempo que dice, te lo apartan por una suma de dinero como la mitad o algo así. El 10% o algo así
11.10	Se apartan cosas dando un adelanto
12.0	De que este... puedes apartar las cosas, tienes que dar una cantidad aunque sea poca y luego regresas a comprarlo
13.4	Es un sistema que sirve para apartar cosas o bolsas y lo puedes apartar un mes y ahí te lo guardan hasta que tu vayas otra vez y lo compres
11.10	Parece que eso sirve para que tu pagues poco a poco lo que quieres comprar pero no estoy seguro
12.2	Si tu quieres comprar una bolsa pues le dices al señor que te la aparte y si alguien mas quiere tu bolsa pues ya no se la pueden vender porque esta apartada
12.8	Eso lo ponen para vender mas y mas y ahí tienen las cosas apartadas y a fuerzas tienes que regresar a comprarlo pues ya lo pagaste

12.4	Es una tienda donde puedes apartar con poquito dinero lo que tu quieras y así vas pague y pague hasta que terminas de pagarlo y luego ya es tuyo y te lo llevas
11.10	Para comprar las cosas que tu quieras, las puedes apartar y luego regresas por ellas.

Tabla 109

SISTEMA DE APARTADO

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
12.1	De esa si no me acuerdo para nada, pero si sabía
12.3	Se trata de... de... comprar cosas pero que no paguen a la carrera, sino de apartar cosas pagarlos en abonos, así en partes como vayan juntando, como vayan alcanzando
13.6	Así que es cuando vas a comprar una cosa y no te alcanza, así les dan... te lo apartan, así que lo apartan las cosas y así lo van pagando
13.4	Pues para que compren mas
12.1	donde dice sistema de apartar es que se aparta a un mes en la desta bolsa Que se lo aparten, que si quieres algo y no traes dinero, pues que se lo aparten, y ya cuando lo vaya pagando se lo da. Si, hasta que le paguen se lo dan, porque luego hay unos que no pagan y ya se la llevan.
12.8	es que le apartas es por ejemplo que quieren una cama y les dan la mitad del dinero y se la apartan o sistema de apartado y ahí te dicen cuantos meses esta apartado y si no pagan en el tiempo que dijo del sistema de apartado, ya le regresan su dinero y ya no se lo venden
13.4	es cuando apartas algo, lo tienen ahí apartado pero hasta un mes y ya si, si ya te pasaste del mes y si ellos ya lo vendieron pues ya ni modo, porque aquí dice que a un mes, das un adelanto para que te lo dejen apartado.
12.5	Donde hay destos letreros pues es que puedes apartar las cosas que quieres comprar cuando no te alcanza el dinero

11.11	Apartar es cuando ahí te guardan las cosas y luego regresas por ellas, así le hace mi mamá cuando nos compra algo y no le alcanza el dinero
12.5	Creo que vas pagando de a poco en poco y así cada día o cada dos llevas dinero según lo que tu tengas hasta que completas todo y luego te dan lo que compraste

Tabla 110

CHEQUES

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.5	Son como billetes, pero nada más que en un talonario, ahí tienes que poner la firma, cuanto quieres y así. Sirven para pagar
8.5	Son papeles que escribes tu nombre, el dinero y eso. sirven para pagar, se los das a la gente para que le den tu dinero
8.5	Les dan el dinero, este... les pones palabras así de algo
8.3	Cuando ya se te acaba el dinero tu puedes tener tu chequera ahí y escribes cuanto dinero quieres y lo cambias en el banco y te dan dinero
8.10	Son unos papelitos que pones tu firma y el dinero que le vas a dar a la persona, se lo das y otro día lo van a cambiar al banco por dinero
8.1	Los cheques, son una hojita que tiene dinero y sirven para comprar cosas, los he visto solo en la tele
8.5	Mas o menos, un cheque es con lo que puedes pagar, con lo que te pueden dar dinero, un cheque de dinero, es un papelito y el dinero es del que tiene el cheque, el que lo va a cambiar al banco
8.7	Son unos papelitos, y si traes dinero en el banco, traes 5000 pesos, ahí le pones en el cheque 5000 pesos
8.7	Como... en ves de dinero ahí tiene cuanto dinero tiene y en el banco se lo das y ahí te dan el dinero. le apuntas tu nombre y lo que vale
8.7	Un papel donde te ponen los precios donde compraste y que le sirven a otro

Tabla 111

CHEQUES

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.7	No se...
8.3	Nunca los he visto
7.11	Es con lo que te pagan, te pagan dinero y luego tienes que ir al banco a que te den dinero o algo así
7.6	Es un papel que le dan a las personas pero no se que mas sea
8.5	Si sabia pero ya se me olvido
8.7	En la tele los he visto pero no se para que sirvan
8.9	Quien sabe que sea eso, si me habían dicho pero no se bien
8.11	No se que sea eso
9	Ya había preguntado pero ahorita no se que sea eso
8.1	Un cheque es... no sé

Tabla 112

CHEQUES

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
10.5	Son algo que lo llenas y le pones tu firma y lo va a cambiar al banco, y luego en el banco te quitan el dinero que dice el cheque y se lo dan a la persona a la que le diste el cheque
10.5	Son algo así como que escribes por decir algo, yo José Gerardo González Zedillo doy un cheque tal y tal, en el banco tal y tal. Esta es otra forma de pagarle a la gente, entonces van al banco y le cambian el cheque, te dan el dinero
10.4	es como un papel que ahí pones tu nombre y tus datos y ahí pones la cantidad de dinero que le vas a dar a alguien y en el banco le dan el dinero a quien le diste el cheque
10.11	Das dinero y te dan un cheque con el dinero, ahí va apuntado el dinero
10.8	Unos papelitos, donde pones tu firma del dueño del cheque, pones la cantidad de dinero que vas a dar, y en la chequera hay un papelito del otro lado donde apuntas a quien se lo diste, entonces ya se lo das a quien tu quieras y ellos lo cambian y les dan dinero de mi cuenta, lo cambian en el banco
10	Es un pedazo de papel que lo puedes cambiar en efectivo y pones tu nombre, la fecha y a quien se lo das le dices cuando lo puede cambiar y luego va al banco a cambiarlo y le dan dinero de tu cuenta

10.2	Si he oído mucho de eso, pero como que no se muy bien
9.11	Es un papelito que si vas a pagar se lo das a la gente
10.5	Con esos le pagas a la gente y ellos van al banco a cambiarlo
10.11	Es un papel donde dice tu nombre y tu firma y lo cambias en efectivo en el banco

Tabla 113

CHEQUES

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.10	Es lo que te dan cuando te pagan, es el dinero con que te pagan, pero no es dinero es un papel y luego vas al banco y te dan dinero
9.7	He visto en la tele que es un papelito, pero no se bien para que sirva
9.11	Un cheque... un cheque parece que es lo que te dan cuando compras algo, es el papel que te dan y ahí dice lo que pagaste
10.3	Si he oído de ellos pero no me acuerdo ahorita para que es
10.8	Es como un papel que dice tu nombre y cosas así pero no se para que sirva
11.2	No sé nunca he visto uno de esos
9.7	A mi papa le pagan con cheque a veces pero nada mas se que sirve para pagar
9.10	Quien sabe que sea eso
10.1	Los he visto en la tele pero nada mas
10.7	... no sé

Tabla 114

CHEQUES

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
12.7	es un papelito que tiene la cantidad de dinero y vas al banco y lo cambias por dinero y tiene su firma
12.7	Para sacar dinero del banco, pero puede ir cualquier persona solo que lo tiene que firmar el dueño, el del dinero, y es un papelito que tiene cuanto quieres, y lo firmas y todo eso y vas al banco, lo entregas al cajero y ya te entrega el dinero en efectivo.
11.10	Papeles al portador, que puedes dar dinero a las personas de tu cuenta
12.0	Es como, te dan un cheque de que pagaste, no más bien es un recibo que te dan cuando pagas. O te pueden dar un cheque donde viene como pagar
13.4	Un papel con tus datos escritos y con el vas al banco y lo cambias por dinero de tu propia cuenta
11.10	Con lo que le pagas a las personas cuando terminan su trabajo, es tu dinero pero se lo das en cheque y ellos van al banco a cambiarlo por dinero y a ti te rebajan dinero de tu cuenta del banco
12.2	Un papelito que trae tu firma y tu numero de cuenta del banco y sirve igual que el dinero, pero así no andas cargando dinero para que te lo puedan robar
12.8	Un cheque es con lo que pagas, es un papel que esta en tu chequera y lo arrancas de ahí le pones tu firma y ya

12.4	Esos te los dan cuando te pagan y luego los llevas al banco para que los depositen a tu cuenta
11.10	Es dinero pero sin ser dinero, es dinero en un papel que luego cuando tu quieras lo puedes ir a cambiar al banco y te dan tu dinero ... y también puedes pagar cosas con ese papel, con ese cheque.

Tabla 115

CHEQUES

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
13.2	cheques, pues es un que metes un dinero en el banco y te dan un papelito así como una chequera, y ya si tu les puedes decir que si tiene la firma como la mía, si el cheque tiene la firma mía pues te dan dinero y si contrato un albañil o algo y le pago con cheque y le pongo como 1000 pesos y le pongo mi firma la fecha y todo y ya lo va a cobrar y ya, pues es un cheque
12.3	es una forma de pagar, como se dice, no traer el montón de dinero, sino en un papel ahí ponen la cantidad que necesitan, la firma y todo, después vas a un banco y lo puedes cambiar
13.6	los cambian por dinero
13.4	Son papelitos, para recibir dinero de las personas que tienen dinero depositado en el banco.
12.1	Son como que les ponen dinero para que los vayan a cambiar allá, a nombre de quien le puso el dote

12.8	Son como billetes también como los... como los vales pero los cheques los cambiamos por dinero. Si yo voy a cambiar un cheque, me dan el dinero a mi, pero tengo que ir a cambiarlo a un banco.
13.4	No los he visto, pero son algo parecido a los vales, pero con cuentas mas grandes, con la firma de... del que tiene esa cuanta, del que te da ese tanto de dinero y te firma ahí y ya con eso lo puedes sacar, porque si no tuviera esa firma, no lo podrías sacar
12.5	Te pagan con un cheque y luego lo cambias por dinero
11.11	Unos papelitos que sirven como el dinero... pero son de otra persona y tu sacas el dinero del banco de esa persona con ese cheque
12.5	A mi hermano le pagan con cheques y luego, luego va pal banco y lo cambia y ya le dan su lana

Tabla 116

VALES DE DESPENSA

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.5	Los vales son como los que estábamos hablando, como unos cheques y la despensa es con lo que le pagan a alguien como la quincena, pero no se que quiera decir vales de despensa exactamente
8.5	No, no se que sea eso
8.5	No
8.3	Nunca los he visto
8.10	No sé
8.1	Quien sabe que sea eso
8.7	No sé
8.7	No sé
8.7	No entiendo

Tabla 117

VALES DE DESPENSA

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de segundo grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.7	Si he escuchado de ellos pero no se que sean
8.3	No sé
7.11	Es como para que sirve para comer... algo como de despensa
7.6	Quien sabe
8.5	Nunca los he visto
8.7	No sé
8.9	No sé
8.11	Si sabía
9	Sepa que sea eso
8.1	no

Tabla 118

VALES DE DESPENSA

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
10.5	No sé
10.5	No sé, pero me suena a algo así como venta de garaje
10.4	No sé
10.11	No sé
10.8	Si, que a veces por las compras que tienes te dan como un papelito, y con eso puedes comprar mas cosas, te dan como puntos
10	es cuando en lugar de pagarte con dinero, te pagan con eso, que son como los vales de gasolina y hay de 50 de 10
10.2	No se bien, pero has de cuenta que tu compras muchas cosas de despensa y te rebajan porque compraste muchas cosas
9.11	No se
10.5	No sé
10.11	No sé

Tabla 119

VALES DE DESPENSA

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de cuarto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
8.10	Si he oído hablar de ellos pero ahorita no me acuerdo
9.7	Sirven para comprar en las tiendas grandes pero no se como le hacen para conseguirlos
9.11	Quien sabe
10.3	No sé bien que sea eso
11.2	Mi tía tiene de esos y los usa para surtir su despensa de su casa
10.8	No, no se
9.7	Parece que es como dinero que te dan en tu trabajo pero no es dinero sino papeles de muchos colores pero no se bien para que sirvan esos papeles, si los he visto pero namas
9.10	No sé
10.1	Haces mucha fila para conseguirlos y te dan como arroz, fríjol, garbanza y todo eso
10.7	Es como... como lo que te dan en los desayunos escolares o esos

Tabla 120

VALES DE DESPENSA

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social alto

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
12.7	¿no es una cantidad de despensas?
12.7	Los que en ves del sueldo te dan eso, y ya vas a la comer o al gigante, y ya en ves de pagar con dinero, con billetes así ya pagas con los vales pero no te pueden dar cambio ni nada así, entonces tienes que ser y comprar como lo que se acerque mas al valor del vale, de 50 o de 100
11.10	Si bien me acuerdo, parece ser que son con los que pagan las empresas. Si tienen diferentes valores y pagas con ellos.
12.0	No sé
13.4	Son como billetitos que pagas con ellos en el súper, pero no se donde se consiguen
11.10	Es algo como la despensa que le dan a los trabajadores en navidad o en fin de año
12.2	Como que no me acuerdo mucho, pero si se que son
12.8	Los vales de despensa son cuando te ganas puntos en gigante ... parece

12.4	Se los dan a las personas que menos tienen para que tengan con que desayunar
11.10	Te los pagan en el trabajo y luego pagas con ellos en las tiendas y no te dan cambio, te tienes que gastar todo lo que valen los vales de despensa

Tabla 121

VALES DE DESPENSA

Muestra las “opiniones” y explicaciones que dan niños de sexto grado de primaria procedentes de un contexto social bajo

EDAD	OPINION Y EXPLICACION
13.2	Que están en una tienda y que los vales de despensa son así como dinero y lo puedes cambiar por mercancía de comida, como en un súper los puedes cambiar por comida, por jamón, leche...
12.3	luego en los trabajos, a los trabajadores se les da un papel que pueden cambiarlos no por otras cosas, sino solamente del mandado
13.6	como te dan unos vales, puedes comprar cosas y le pagas con los vales
13.4	He visto los letreros pero no se que son
12.1	Son como unos papelitos que te regalan cosas como el desayuno
12.8	Que son como cheques pero no se cambian por dinero sino por los mismos vales. Si vas a comprar algún producto, nomás te rebajan la cantidad que cuesta el producto y el vale y te lo cambian pero en vales
13.4	son casi como dinero y te los reciben en tiendas grandes o por ejemplo aquí en la cremería te los reciben. Del trabajo de mi mama se los dan a mi mama y a aparte le dan dinero en efectivo.
12.5	Son unos papeles con los que puedes comprar la despensa en las tiendas
11.11	Te pagan con ellos y son como dinero, te los reciben como dinero
12.5	No me acuerdo que son

Tabla 122