

## BOLETÍN N° 155 RESULTADOS PARCIALES DE LA ENCUESTA MUNDIAL DE VALORES PERÚ 2018

# octubre 2018 | CUALIDADES QUE DEBEN INCULCARSE EN LOS NIÑOS Y NIÑAS SEGÚN LOS PERUANOS

Director Ejecutivo IOP  
Jan Marc Rottenbacher

### Encuesta Mundial de Valores Perú (WVS) 2018

Los datos que se muestran en este boletín corresponden a una de las preguntas de la Encuesta Mundial de Valores Perú 2018. Los resultados generales de la encuesta serán presentados a fines de este año.

Coordinadora WVS Perú  
Catalina Romero

Equipo WVS Perú  
Jorge Aragón  
Marylía Cruz

Informes IOP  
iop@pucp.edu.pe

T: (511) 626-2000  
Anexo 3700

Av. Universitaria 1801,  
San Miguel, Lima - Perú.

Encuétranos aquí  
<http://www.iop.pucp.edu.pe>  
<http://iop-data.pucp.edu.pe>  
 /iop.pucp.pe

La Encuesta Mundial de Valores o World Values Survey (WVS) es la mayor investigación acerca de las creencias y valores, llevada a cabo en casi 100 países alrededor del mundo. Este informe es el primero de una serie de boletines que publicará el IOP a partir de los resultados de la Encuesta Mundial de Valores Perú 2018, ejecutada por el instituto entre agosto y setiembre de este año. Esta serie la inauguramos con la presentación de los resultados de una de las primeras preguntas de la encuesta: “Aquí hay una lista de cualidades que se pueden inculcar a los niños y niñas en el hogar. Si tuviera que escoger, cuál considera usted que es especialmente importante de enseñar a un niño o niña. Escoja, por favor, hasta cinco opciones.” Las opciones que se le presentan al encuestado son: buenos modales, independencia, ser muy trabajador / trabajo duro, sentido de responsabilidad, imaginación, tolerancia y respeto hacia otras personas, ahorrar dinero y cosas, determinación y perseverancia, fe religiosa, generosidad / altruismo, solidaridad, obediencia, y expresarse libremente / libre expresión. No deseo emitir un juicio personal acerca de qué cualidades son buenas o malas de inculcar en los niños y niñas, pero sí deseo remarcar un resultado especialmente interesante. Mientras “buenos modales” es elegido por un 82.9% de los encuestados y encuestadas, “libre expresión” e “independencia” son elegidos por un 23%; y en la cola, “imaginación” aparece elegida por un escaso 11.1%. Estas diferencias porcentuales nos ofrecen un panorama general bastante claro, acerca de lo que los peruanos y peruanas consideramos que debemos promover en nuestros niños y niñas. A partir de la encuesta, no podemos saber qué entienden los peruanos y peruanas por “buenos modales”, pero podemos lanzar algunas hipótesis. Los “buenos modales” implicarían necesariamente comportamientos, más que formas de pensar o sentir. Pueden ser entendidos también, como pautas de interacción que se consideran “correctas” o “adecuadas”, según ciertos estándares culturales o convenciones sociales. Según este resultado, los peruanos y peruanas preferimos niños y niñas que sepan presentarse correctamente “hacia afuera” o “frente a los demás”, en lugar de niños y niñas que posean un mundo interno imaginativo o que les permita tener una opinión propia y ser independientes. Esta es sólo una forma de interpretar los resultados. Por ello, los invitamos a revisar este informe, que esperamos genere otras muchas interpretaciones como la que he tratado de esbozar.

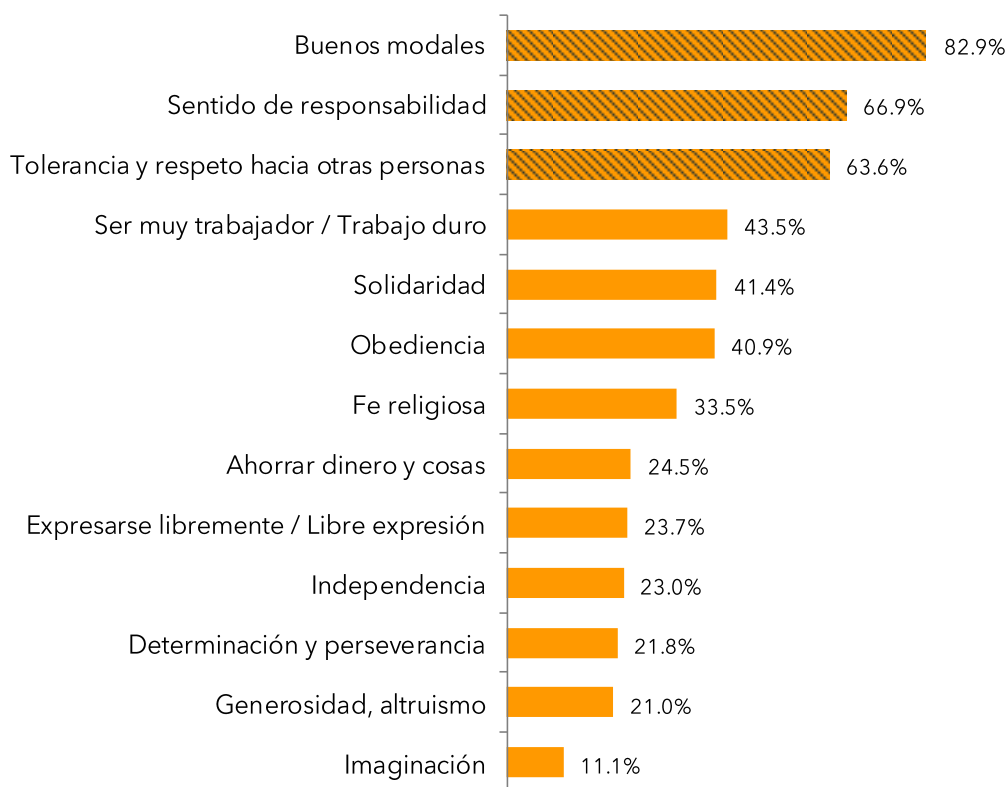
Jan Marc Rottenbacher

# 1 CUALIDADES QUE DEBEN INCULCARSE EN NIÑOS Y NIÑAS SEGÚN LOS PERUANOS



Aquí hay una lista de cualidades que se pueden inculcar a los niños y niñas en el hogar. Si tuviera que escoger, cuál considera usted que es especialmente importante de enseñar a un niño o una niña. Escoja, por favor, hasta cinco opciones.

A Nivel Nacional Urbano-Rural



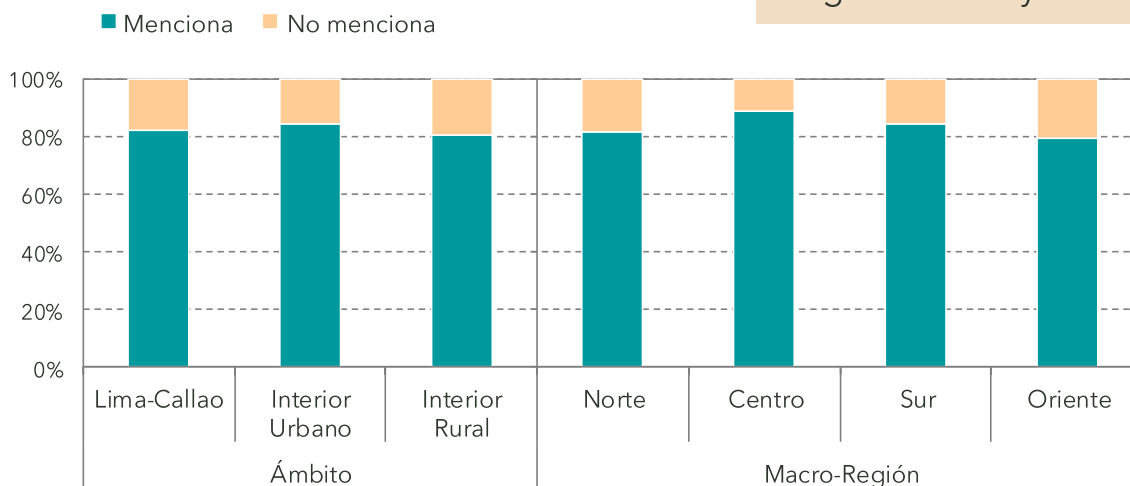
	Mencionado	No mencionado	Total %	N° de Casos
Buenos modales	82.9	17.1	100.0	1,400
Sentido de responsabilidad	66.9	33.1	100.0	1,400
Tolerancia y respeto hacia otras personas	63.6	36.4	100.0	1,400
Ser muy trabajador / Trabajo duro	43.5	56.5	100.0	1,400
Solidaridad	41.4	58.6	100.0	1,400
Obediencia	40.9	59.1	100.0	1,400
Fe religiosa	33.5	66.5	100.0	1,400
Ahorrar dinero y cosas	24.5	75.5	100.0	1,400
Expresarse libremente / Libre expresión	23.7	76.3	100.0	1,400
Independencia	23.0	77.0	100.0	1,400
Determinación y perseverancia	21.8	78.2	100.0	1,400
Generosidad, altruismo	21.0	79.0	100.0	1,400
Imaginación	11.1	88.9	100.0	1,400

## 1.1 BUENOS MODALES

Porcentaje de personas encuestadas que mencionaron, o no, la opción “Buenos Modales”

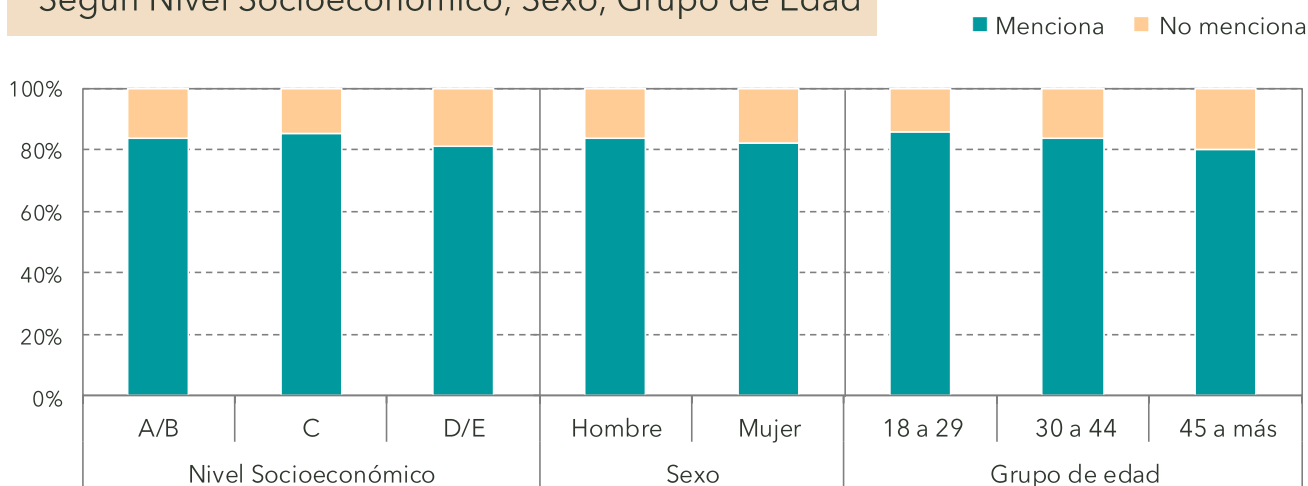


Según Ámbito y Macro-Región



	Ámbito			Macro-Región			
	Lima-Callao	Interior Urbano	Interior Rural	Norte	Centro	Sur	Oriente
Mencionado	82.4	84.3	80.4	81.4	88.7	84.4	79.6
No mencionado	17.6	15.7	19.6	18.6	11.3	15.6	20.4
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Nº de Casos	400	675	325	250	250	250	250

Según Nivel Socioeconómico, Sexo, Grupo de Edad

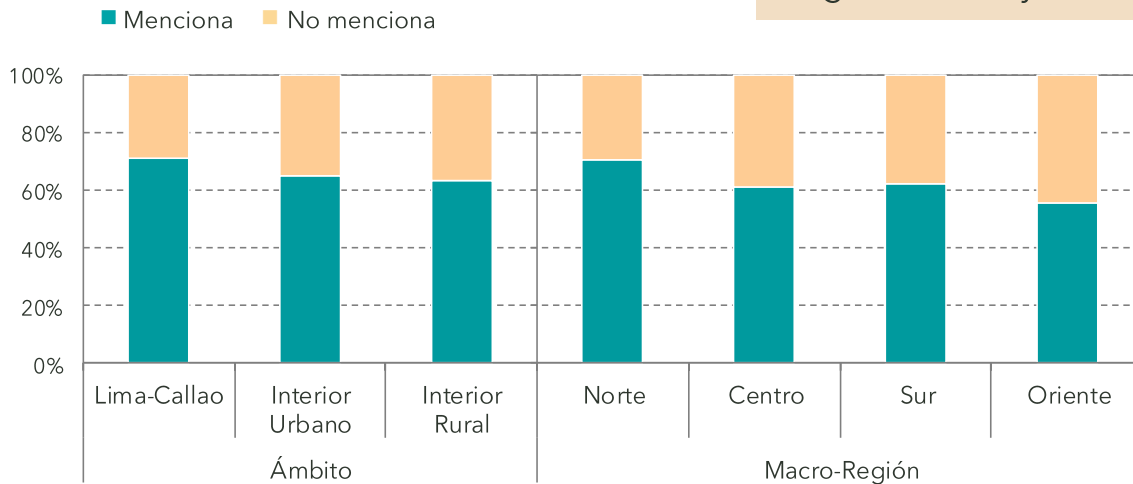


	Nivel Socioeconómico			Sexo		Grupo de edad		
	A/B	C	D/E	Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a más
Mencionado	83.9	85.2	81.0	83.7	82.1	85.8	83.7	80.1
No mencionado	16.1	14.8	19.0	16.3	17.9	14.2	16.3	19.9
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Nº de Casos	192	443	765	702	698	436	444	520

## 1.2 SENTIDO DE RESPONSABILIDAD

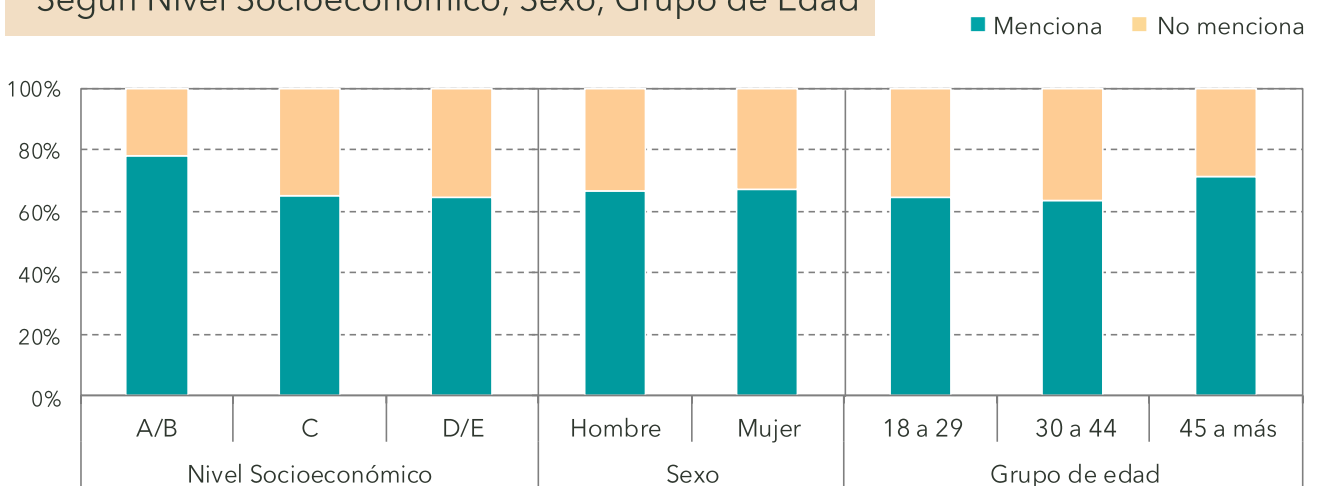
Porcentaje de personas encuestadas que mencionaron, o no, la opción "Sentido de responsabilidad"

Según Ámbito y Macro-Región



	Ámbito			Macro-Región			
	Lima-Callao	Interior Urbano	Interior Rural	Norte	Centro	Sur	Oriente
Mencionado	71.1	65.3	63.4	70.6	61.0	62.5	55.7
No mencionado	28.9	34.7	36.6	29.4	39.0	37.5	44.3
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
N° de Casos	400	675	325	250	250	250	250

Según Nivel Socioeconómico, Sexo, Grupo de Edad



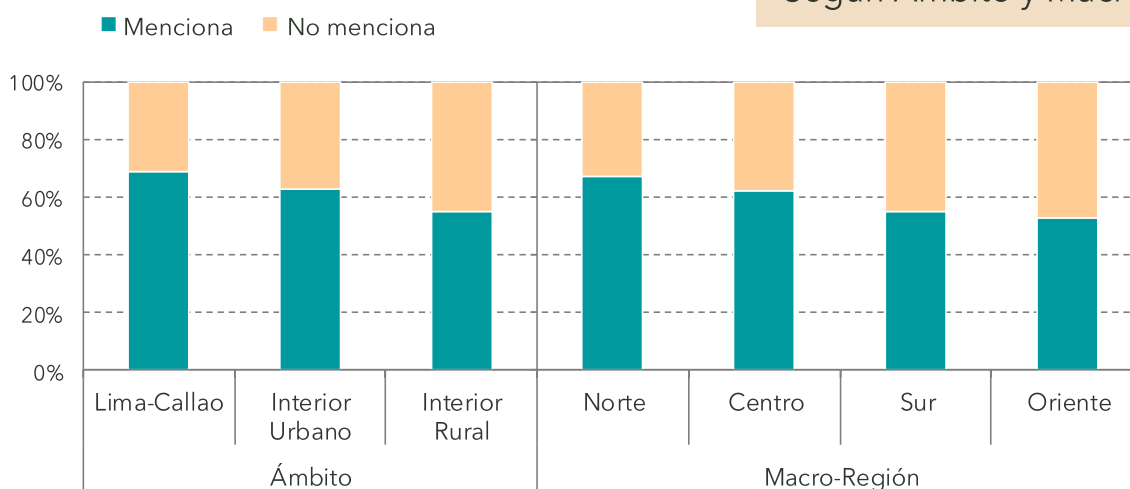
	Nivel Socioeconómico			Sexo		Grupo de edad		
	A/B	C	D/E	Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a más
Mencionado	78.3	65.2	64.5	66.6	67.2	64.4	63.6	71.4
No mencionado	21.7	34.8	35.5	33.4	32.8	35.6	36.4	28.6
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
N° de Casos	192	443	765	702	698	436	444	520

## 1.3 TOLERANCIA Y RESPETO

Porcentaje de personas encuestadas que mencionaron, o no, la opción "Tolerancia y respeto hacia otras personas"

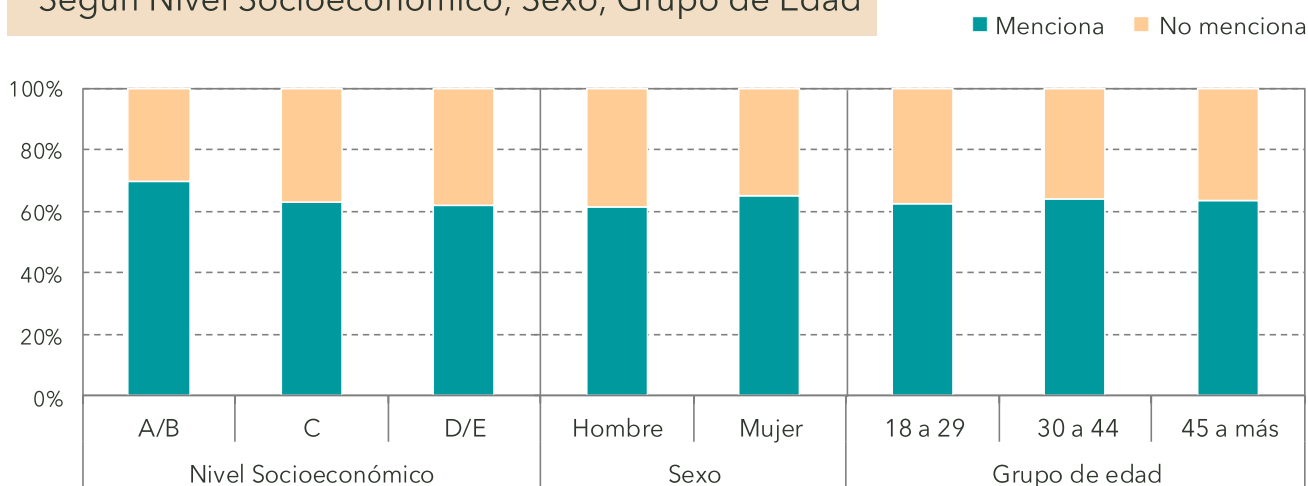


Según Ámbito y Macro-Región



	Ámbito			Macro-Región			
	Lima-Callao	Interior Urbano	Interior Rural	Norte	Centro	Sur	Oriente
Mencionado	69.1	63.0	55.0	67.1	62.2	55.2	52.8
No mencionado	30.9	37.0	45.0	32.9	37.8	44.8	47.2
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Nº de Casos	400	675	325	250	250	250	250

Según Nivel Socioeconómico, Sexo, Grupo de Edad



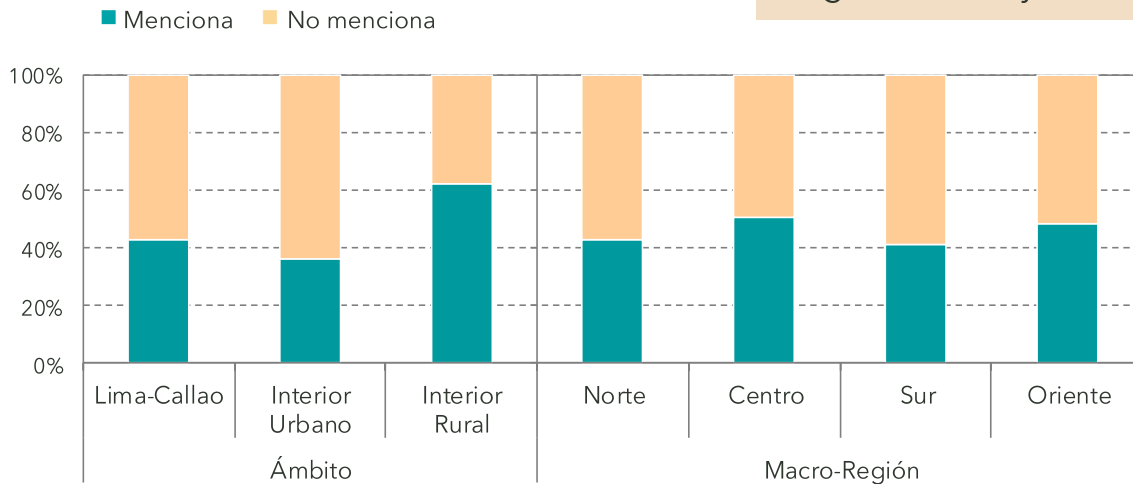
	Nivel Socioeconómico			Sexo		Grupo de edad		
	A/B	C	D/E	Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a más
Mencionado	69.7	62.9	62.2	61.7	65.4	62.7	64.2	63.8
No mencionado	30.3	37.1	37.8	38.3	34.6	37.3	35.8	36.2
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Nº de Casos	192	443	765	702	698	436	444	520

## 1.4 SER MUY TRABAJADOR / TRABAJO DURO



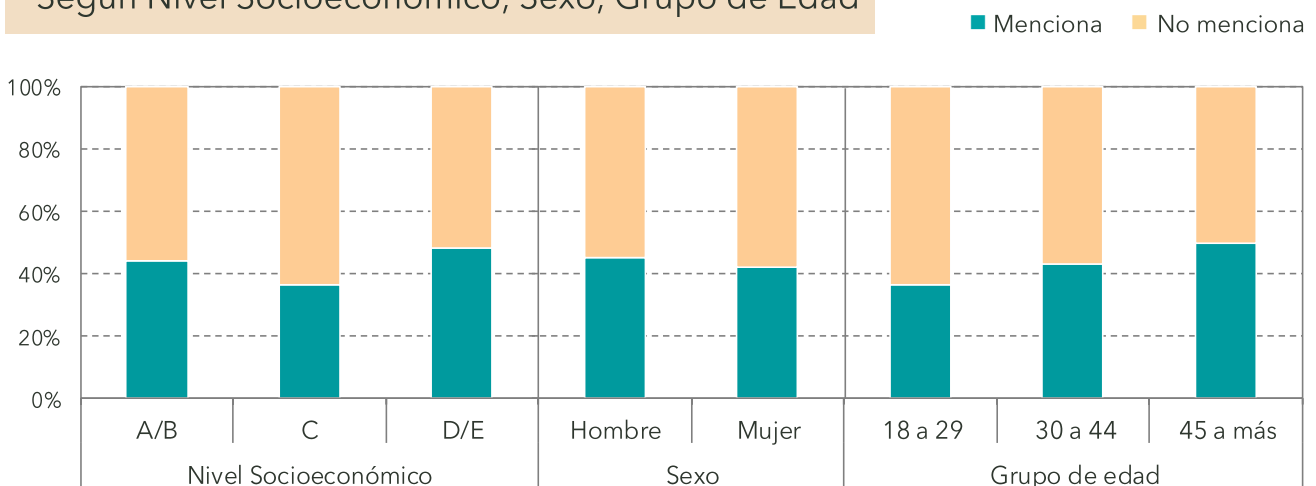
Porcentaje de personas encuestadas que mencionaron, o no, la opción "Ser muy trabajador / Trabajo duro"

Según Ámbito y Macro-Región



	Ámbito			Macro-Región			
	Lima-Callao	Interior Urbano	Interior Rural	Norte	Centro	Sur	Oriente
Mencionado	42.7	36.5	62.3	42.8	50.5	41.2	48.2
No mencionado	57.3	63.5	37.7	57.2	49.5	58.8	51.8
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Nº de Casos	400	675	325	250	250	250	250

Según Nivel Socioeconómico, Sexo, Grupo de Edad



	Nivel Socioeconómico			Sexo		Grupo de edad		
	A/B	C	D/E	Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a más
Mencionado	44.1	36.3	48.2	45.2	42.0	36.1	42.9	49.6
No mencionado	55.9	63.7	51.8	54.8	58.0	63.9	57.1	50.4
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Nº de Casos	192	443	765	702	698	436	444	520

## VALORES Y CAMBIO SOCIAL



La Encuesta Mundial de Valores (WVS) se realiza en más de noventa países de todo el mundo desde su inicio en 1980. Es un proyecto internacional que estudia lo que las personas valoran en diversas dimensiones de su vida, comparando entre sociedades y siguiendo los cambios cada cinco años. El Perú se incorpora en 1996, y este 2018 hemos realizado la quinta encuesta a nivel nacional.

La pregunta sobre las cualidades que deben inculcarse en niños y niñas es parte de la Encuesta Mundial de Valores. Esta pregunta pide al encuestado escoger hasta cinco opciones entre una lista de trece cualidades.

Como vemos en los cuadros que se presentan en este boletín, un 82.9% eligió “buenos modales”. Dos tercios eligieron “sentido de la responsabilidad” (66.9%) y “tolerancia y respeto hacia otras personas” (63.6%). Un porcentaje menor, eligió “ser muy trabajador” y “solidaridad” (43.5% y 41.4%, respectivamente). Por otro lado, las cinco cualidades elegidas por una minoría fueron: “imaginación”, con 11%, y alrededor del 20% eligió “generosidad y altruismo”, “determinación y perseverancia”, “independencia” y “expresarse con libertad”. La “obediencia” y la “fe religiosa”, quedaron en el medio, con 41% y 33%.

Uno de los ejes de valores que elaboran Inglehart y Welzel, va desde los valores tradicionales, característicos de los países pobres y en desarrollo, a valores seculares-rationales que aparecen más en los países ricos. Los primeros –los países en desarrollo– responden a esta pregunta eligiendo “ser trabajador”, “fe religiosa” y “obediencia” en los primeros lugares, como cualidades para ser enseñadas a los niños y niñas. Mientras que en los países secularizados y racionales, se elige la “tolerancia y respeto a otras personas”, la “independencia” y la “imaginación”.

La combinación de estas respuestas con otras preguntas de la encuesta, son las que permiten la construcción de un espacio complejo entre el eje tradicional/secular-rationales, y el eje de supervivencia y auto-expresión. Como lo indica Alejandro Moreno en el libro “El cambio de valores en América Latina”, los países tienden a agruparse por sus condiciones socio-económicas y culturales, pero con importantes diferencias que vienen de sus características propias que son las más persistentes.

La mayor educación de la población, la superación de tiempos de crisis política y de violencia, la superación de la pobreza extrema, los medios de comunicación, y la integración de las diferentes regiones del país, nos ponen en contacto con realidades presentes en nuestra sociedad que valoramos y que queremos seguir valorando.



**CATALINA  
ROMERO**

Ph. D. en Sociología por la New School for Social Research de Nueva York. Profesora Principal del Departamento de Ciencias Sociales de la PUCP. Miembro del Grupo del Seminario Interdisciplinario de Estudios de Religión de la PUCP. Coordinadora de la Encuesta Mundial de Valores en el Perú.

Buscando explicar el cambio social, la Encuesta Mundial de Valores encontró la regularidad que hay en los valores que comparten ciertos grupos de países, no sólo para decir que el desarrollo de los países ricos se debe al tipo de valores que poseen, sino para preguntarse también, si no serán las condiciones de cambio social y económico las que influyen en la modificación de los valores.

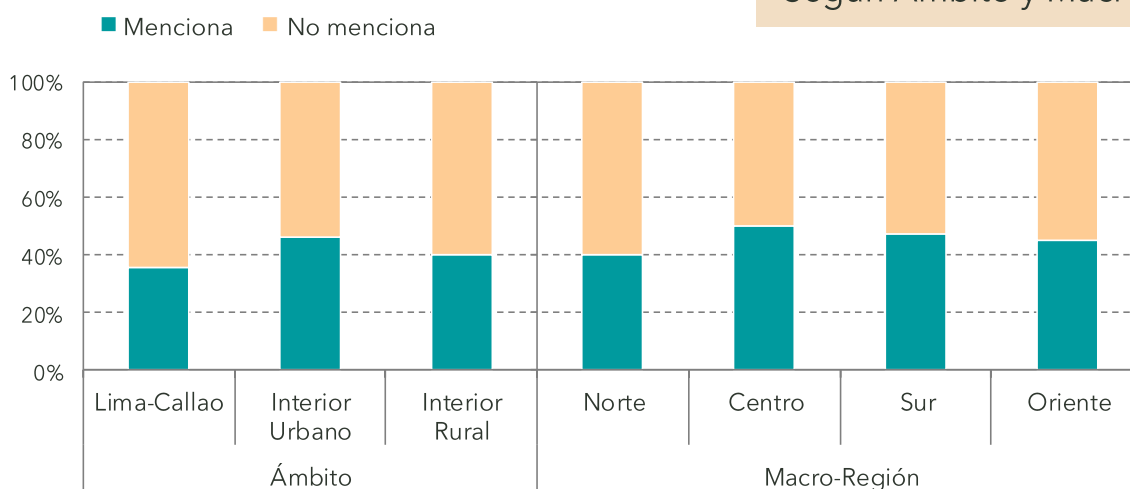
Partiendo de esta propuesta “de ida y vuelta”, la Encuesta Mundial de Valores recoge información a lo largo del tiempo, sobre cómo se da esta relación entre lo que las personas valoran en su sociedad –y no sólo lo que opinan–, y lo que buscan cambiar en ella.

## 1.5 SOLIDARIDAD

Porcentaje de personas encuestadas que mencionaron, o no, la opción "Solidaridad"

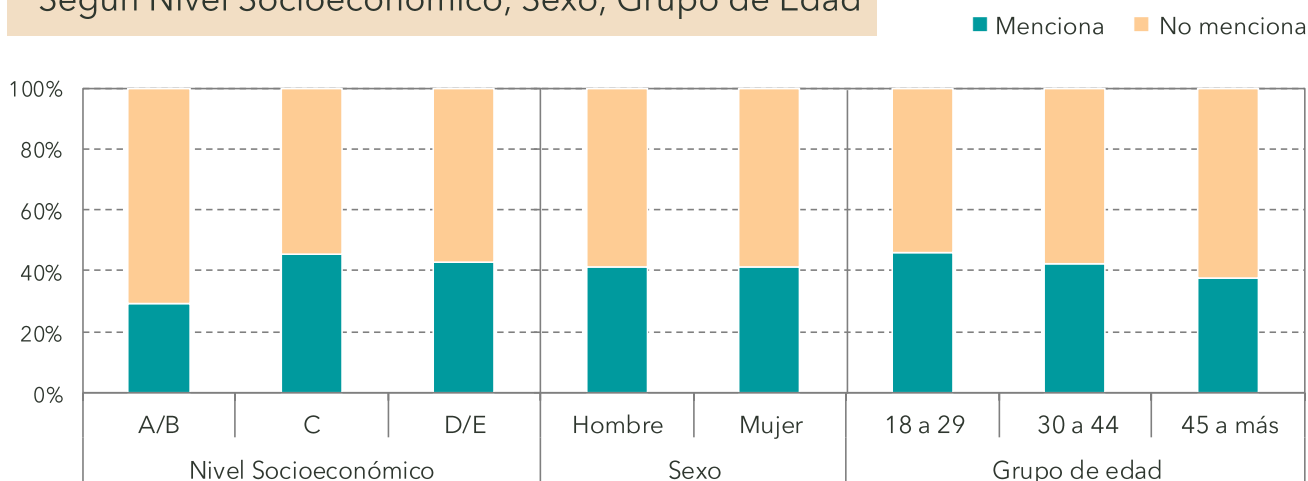


Según Ámbito y Macro-Región



	Ámbito			Macro-Región			
	Lima-Callao	Interior Urbano	Interior Rural	Norte	Centro	Sur	Oriente
Mencionado	35.7	46.2	40.2	40.2	50.0	47.3	44.8
No mencionado	64.3	53.8	59.8	59.8	50.0	52.7	55.2
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Nº de Casos	400	675	325	250	250	250	250

Según Nivel Socioeconómico, Sexo, Grupo de Edad



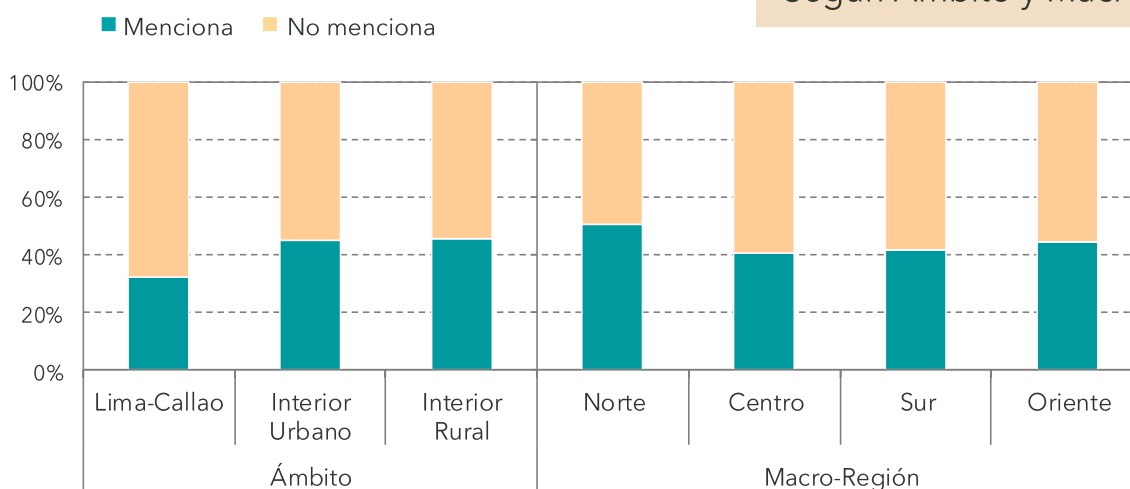
	Nivel Socioeconómico			Sexo		Grupo de edad		
	A/B	C	D/E	Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a más
Mencionado	29.2	45.3	42.7	41.4	41.5	45.8	42.3	37.5
No mencionado	70.8	54.7	57.3	58.6	58.5	54.2	57.7	62.5
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Nº de Casos	192	443	765	702	698	436	444	520

## 1.6 OBEDIENCIA



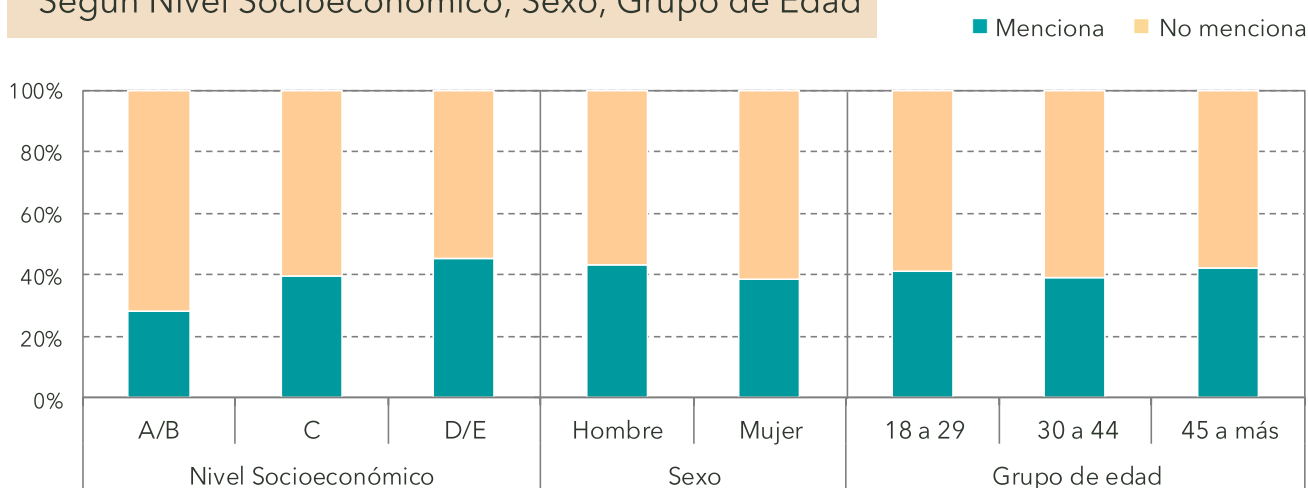
Porcentaje de personas encuestadas que mencionaron, o no, la opción "Obediencia"

Según Ámbito y Macro-Región



	Ámbito			Macro-Región			
	Lima-Callao	Interior Urbano	Interior Rural	Norte	Centro	Sur	Oriente
Mencionado	32.3	45.3	45.8	50.5	40.9	41.5	44.6
No mencionado	67.7	54.7	54.2	49.5	59.1	58.5	55.4
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Nº de Casos	400	675	325	250	250	250	250

Según Nivel Socioeconómico, Sexo, Grupo de Edad



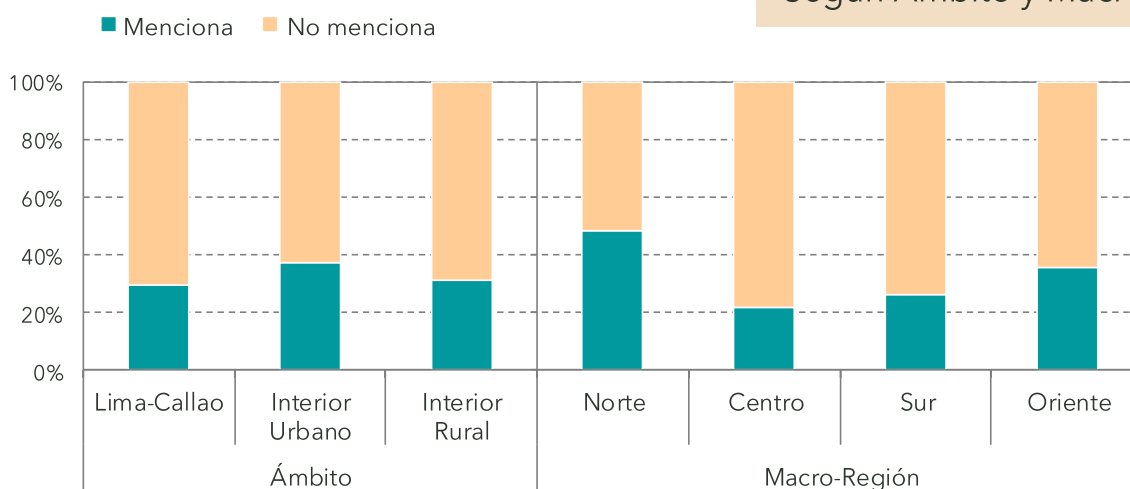
	Nivel Socioeconómico			Sexo		Grupo de edad		
	A/B	C	D/E	Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a más
Mencionado	28.4	39.8	45.6	43.2	38.8	41.1	38.9	42.4
No mencionado	71.6	60.2	54.4	56.8	61.2	58.9	61.1	57.6
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Nº de Casos	192	443	765	702	698	436	444	520

## 1.7 FE RELIGIOSA

Porcentaje de personas encuestadas que mencionaron, o no, la opción "Fe religiosa"

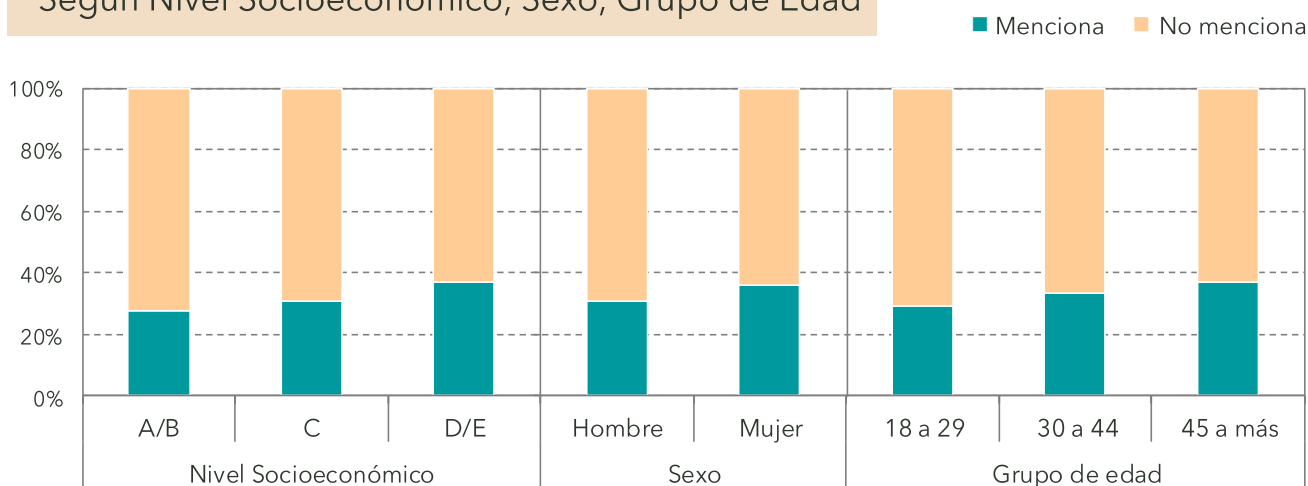


Según Ámbito y Macro-Región



	Ámbito			Macro-Región			
	Lima-Callao	Interior Urbano	Interior Rural	Norte	Centro	Sur	Oriente
Mencionado	29.4	37.6	31.1	48.2	21.9	26.1	35.6
No mencionado	70.6	62.4	68.9	51.8	78.1	73.9	64.4
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Nº de Casos	400	675	325	250	250	250	250

Según Nivel Socioeconómico, Sexo, Grupo de Edad



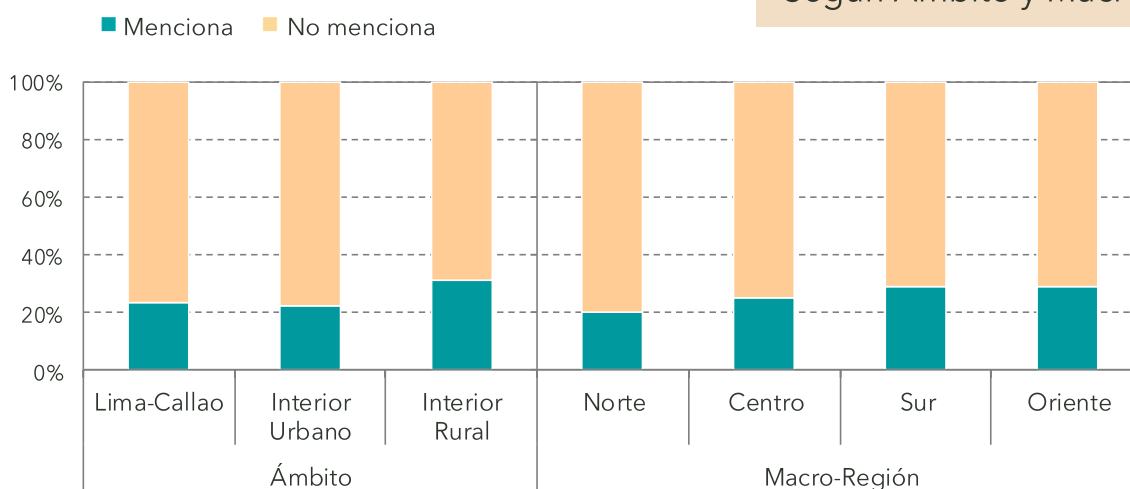
	Nivel Socioeconómico			Sexo		Grupo de edad		
	A/B	C	D/E	Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a más
Mencionado	27.8	30.9	37.1	30.8	36.1	29.3	33.3	36.9
No mencionado	72.2	69.1	62.9	69.2	63.9	70.7	66.7	63.1
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Nº de Casos	192	443	765	702	698	436	444	520

## 1.8 AHORRAR DINERO Y COSAS



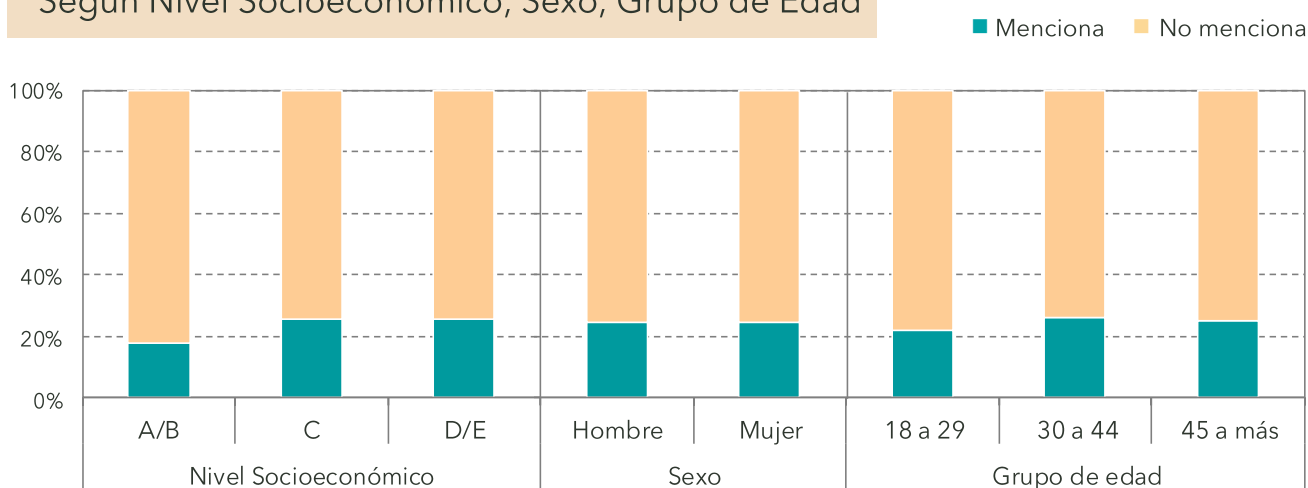
Porcentaje de personas encuestadas que mencionaron, o no, la opción "Ahorrar dinero y cosas"

Según Ámbito y Macro-Región



	Ámbito			Macro-Región			
	Lima-Callao	Interior Urbano	Interior Rural	Norte	Centro	Sur	Oriente
Mencionado	23.6	22.4	31.3	20.1	25.3	29.1	29.2
No mencionado	76.4	77.6	68.7	79.9	74.7	70.9	70.8
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
N° de Casos	400	675	325	250	250	250	250

Según Nivel Socioeconómico, Sexo, Grupo de Edad



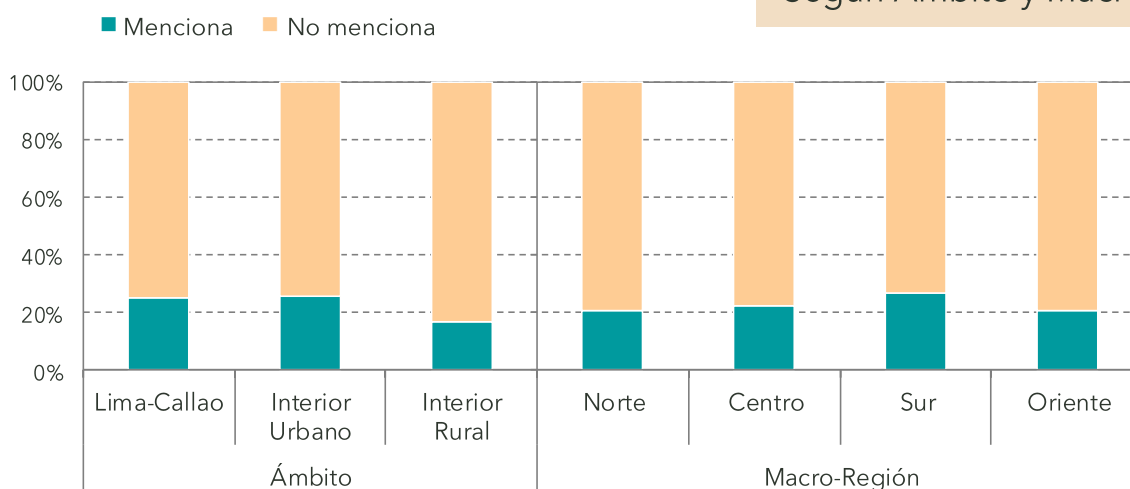
	Nivel Socioeconómico			Sexo		Grupo de edad		
	A/B	C	D/E	Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a más
Mencionado	18.1	25.7	25.6	24.4	24.5	21.8	26.3	25.0
No mencionado	81.9	74.3	74.4	75.6	75.5	78.2	73.7	75.0
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
N° de Casos	192	443	765	702	698	436	444	520

## 1.9 EXPRESARSE LIBREMENTE

Porcentaje de personas encuestadas que mencionaron, o no, la opción "Expresarse libremente / Libre expresión"

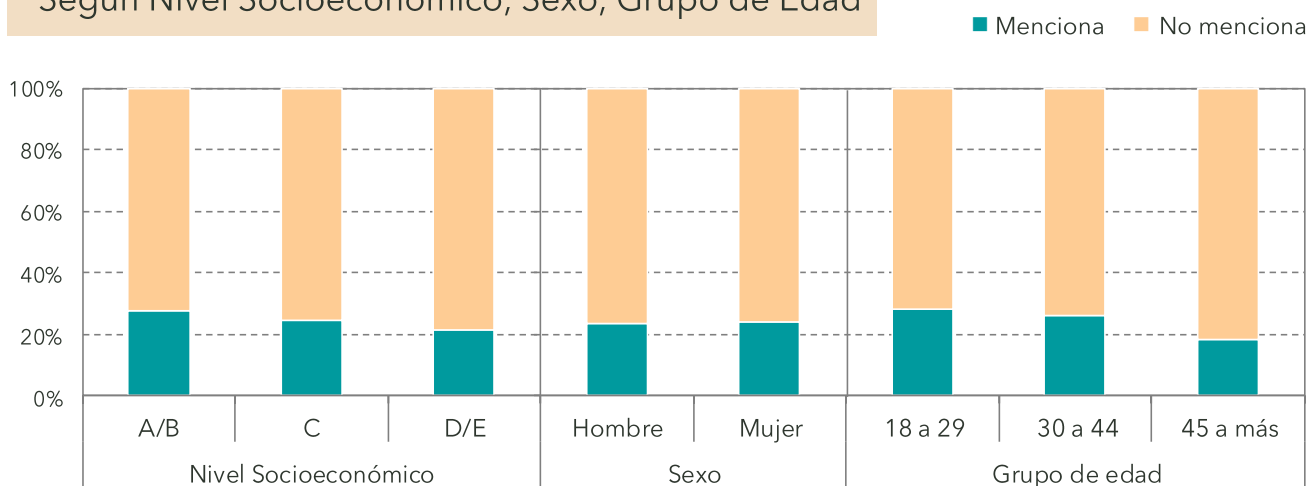


Según Ámbito y Macro-Región



	Ámbito			Macro-Región			
	Lima-Callao	Interior Urbano	Interior Rural	Norte	Centro	Sur	Oriente
Mencionado	25.0	25.5	16.9	20.7	22.6	26.8	20.9
No mencionado	75.0	74.5	83.1	79.3	77.4	73.2	79.1
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
N° de Casos	400	675	325	250	250	250	250

Según Nivel Socioeconómico, Sexo, Grupo de Edad



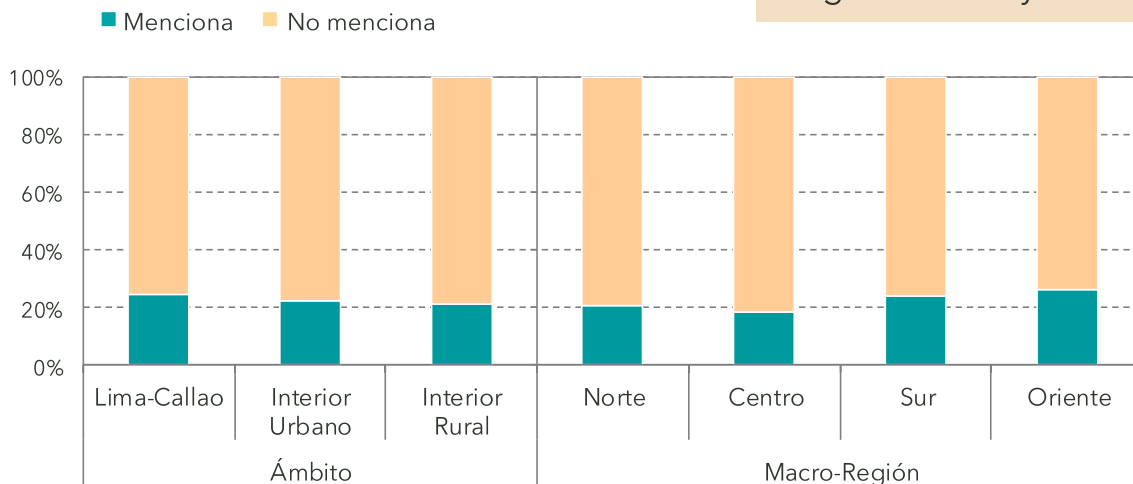
	Nivel Socioeconómico			Sexo		Grupo de edad		
	A/B	C	D/E	Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a más
Mencionado	27.9	24.7	21.7	23.4	23.9	28.4	26.2	18.2
No mencionado	72.1	75.3	78.3	76.6	76.1	71.6	73.8	81.8
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
N° de Casos	192	443	765	702	698	436	444	520

## 1.10 INDEPENDENCIA



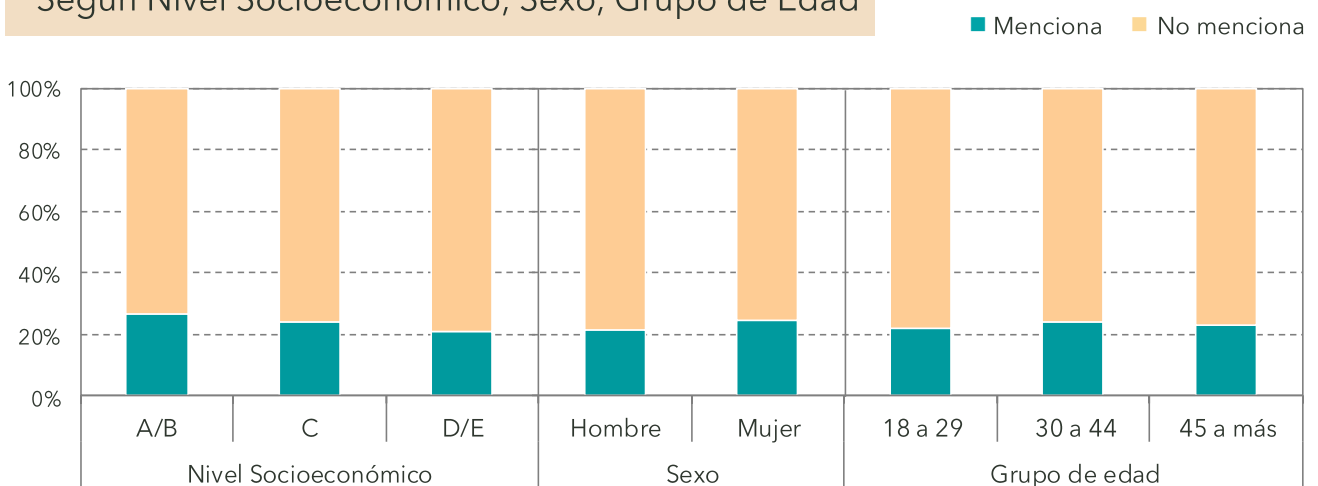
Porcentaje de personas encuestadas que mencionaron, o no, la opción "Independencia"

Según Ámbito y Macro-Región



	Ámbito			Macro-Región			
	Lima-Callao	Interior Urbano	Interior Rural	Norte	Centro	Sur	Oriente
Mencionado	24.5	22.5	21.4	20.5	18.3	24.3	26.2
No mencionado	75.5	77.5	78.6	79.5	81.7	75.7	73.8
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
N° de Casos	400	675	325	250	250	250	250

Según Nivel Socioeconómico, Sexo, Grupo de Edad



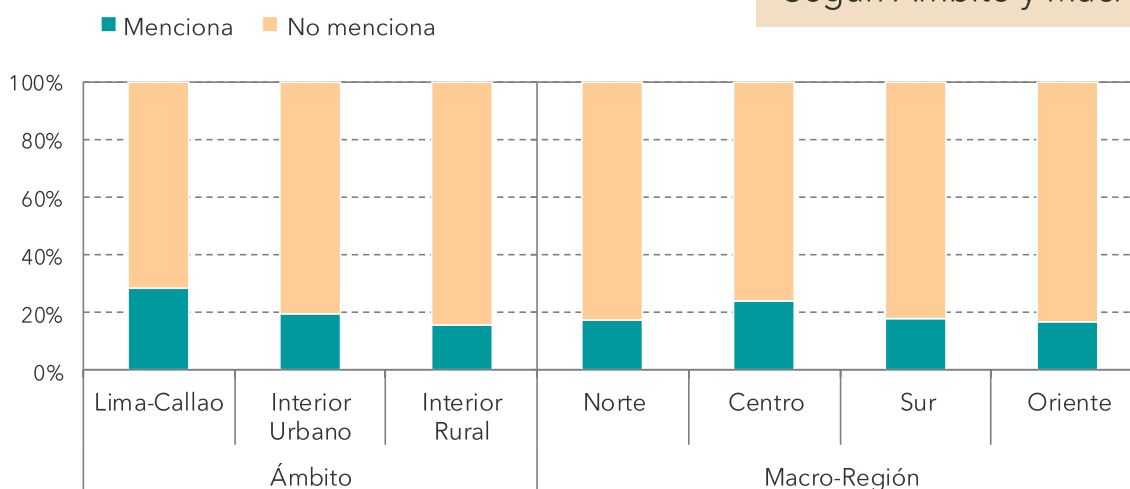
	Nivel Socioeconómico			Sexo		Grupo de edad		
	A/B	C	D/E	Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a más
Mencionado	26.5	24.1	21.2	21.5	24.5	21.8	24.2	22.9
No mencionado	73.5	75.9	78.8	78.5	75.5	78.2	75.8	77.1
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
N° de Casos	192	443	765	702	698	436	444	520

## 1.11 DETERMINACIÓN Y PERSEVERENCIA

Porcentaje de personas encuestadas que mencionaron, o no, la opción "Determinación y perseverancia"

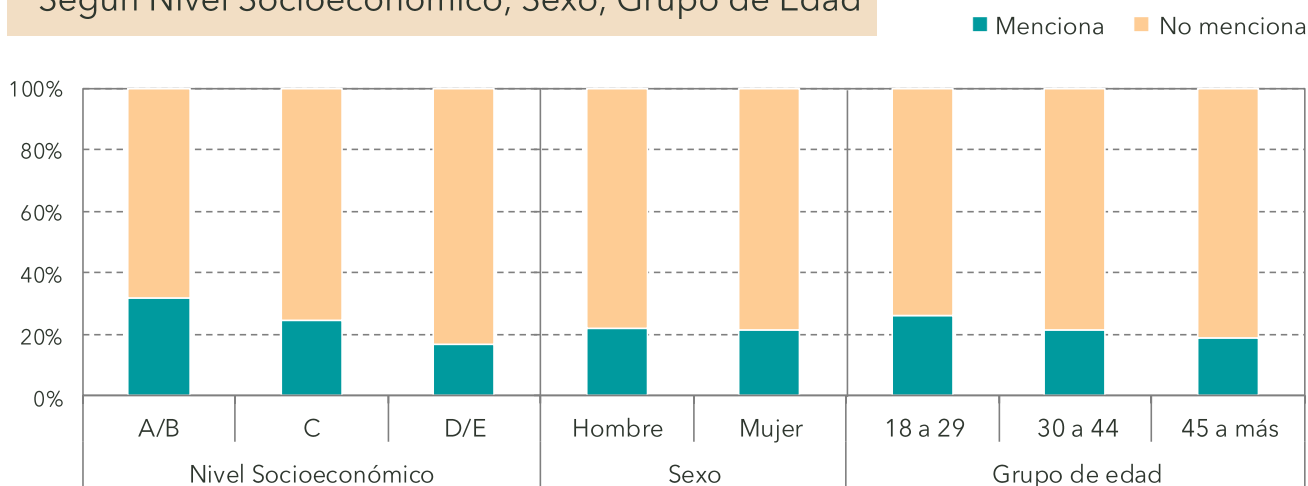


Según Ámbito y Macro-Región



	Ámbito			Macro-Región			
	Lima-Callao	Interior Urbano	Interior Rural	Norte	Centro	Sur	Oriente
Mencionado	28.3	19.5	15.6	17.2	24.3	17.9	17.0
No mencionado	71.7	80.5	84.4	82.8	75.7	82.1	83.0
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
N° de Casos	400	675	325	250	250	250	250

Según Nivel Socioeconómico, Sexo, Grupo de Edad



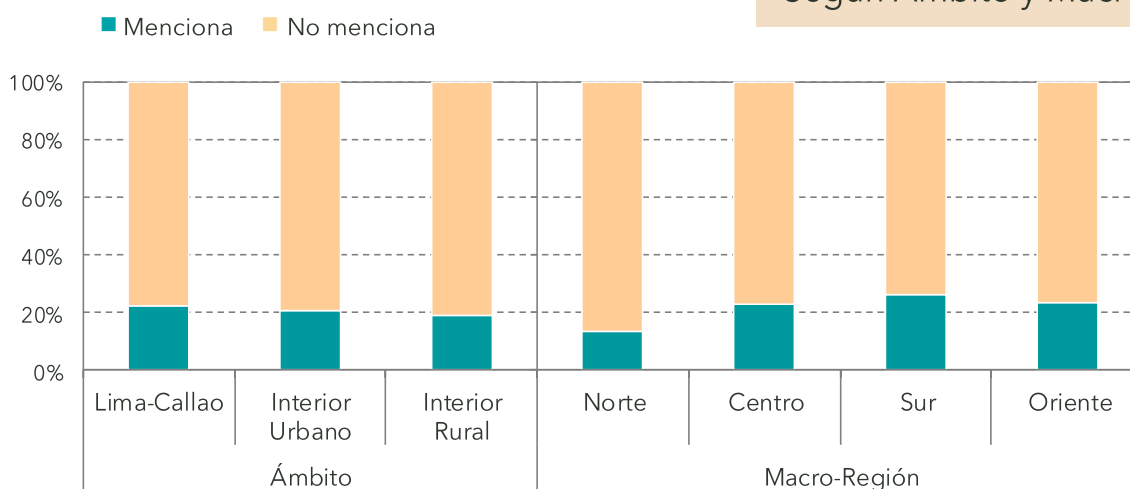
	Nivel Socioeconómico			Sexo		Grupo de edad		
	A/B	C	D/E	Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a más
Mencionado	31.7	24.5	16.9	22.3	21.4	26.2	21.6	18.8
No mencionado	68.3	75.5	83.1	77.7	78.6	73.8	78.4	81.2
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
N° de Casos	192	443	765	702	698	436	444	520

## 1.12 GENEROSIDAD, ALTRUISMO



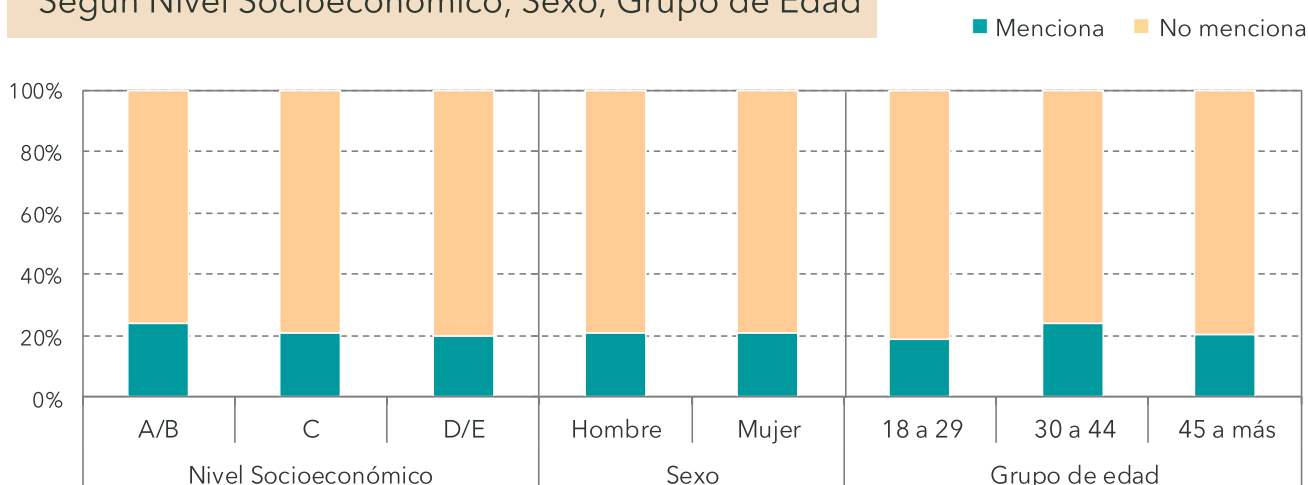
Porcentaje de personas encuestadas que mencionaron, o no, la opción "Generosidad, Altruismo"

Según Ámbito y Macro-Región



	Ámbito			Macro-Región			
	Lima-Callao	Interior Urbano	Interior Rural	Norte	Centro	Sur	Oriente
Mencionado	22.2	20.8	19.3	13.7	23.1	26.4	23.5
No mencionado	77.8	79.2	80.7	86.3	76.9	73.6	76.5
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
N° de Casos	400	675	325	250	250	250	250

Según Nivel Socioeconómico, Sexo, Grupo de Edad



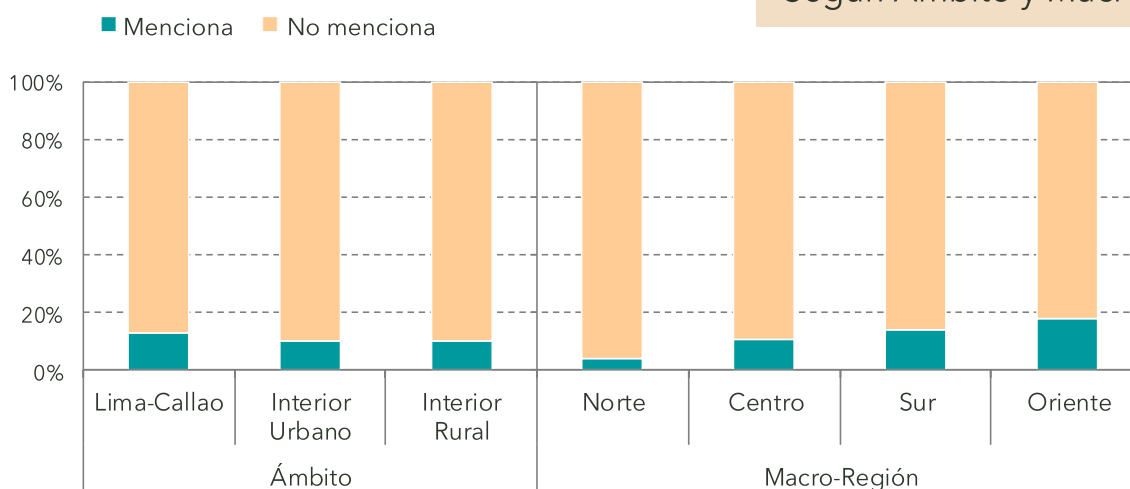
	Nivel Socioeconómico			Sexo		Grupo de edad		
	A/B	C	D/E	Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a más
Mencionado	24.2	21.1	20.0	21.2	20.9	19.0	23.9	20.2
No mencionado	75.8	78.9	80.0	78.8	79.1	81.0	76.1	79.8
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
N° de Casos	192	443	765	702	698	436	444	520

## 1.13 IMAGINACIÓN

Porcentaje de personas encuestadas que mencionaron, o no, la opción "Imaginación"

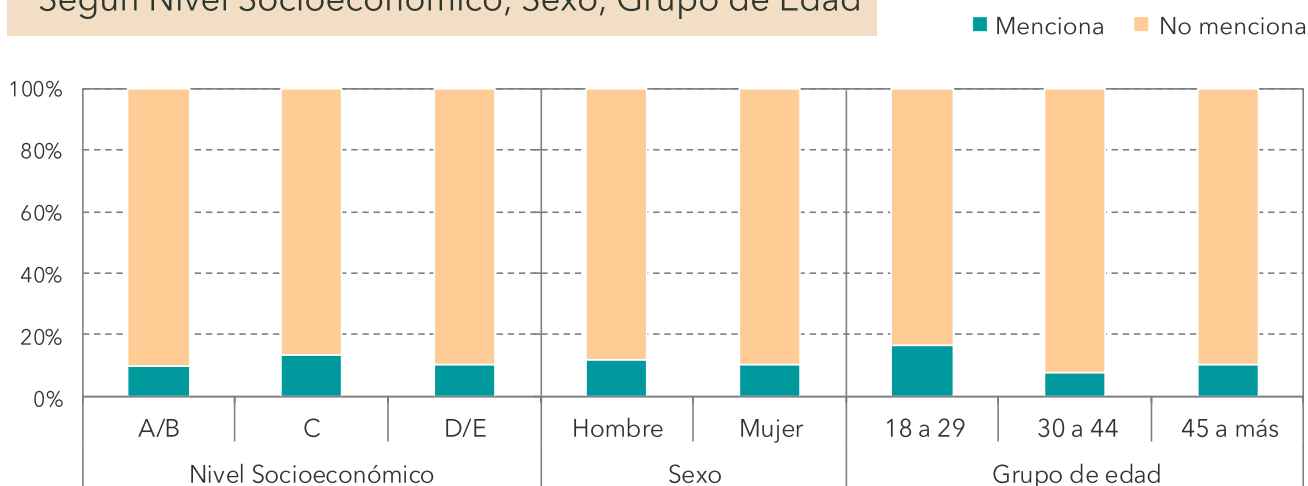


Según Ámbito y Macro-Región



	Ámbito			Macro-Región			
	Lima-Callao	Interior Urbano	Interior Rural	Norte	Centro	Sur	Oriente
Mencionado	13.0	10.1	10.1	4.0	10.9	14.3	18.1
No mencionado	87.0	89.9	89.9	96.0	89.1	85.7	81.9
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Nº de Casos	400	675	325	250	250	250	250

Según Nivel Socioeconómico, Sexo, Grupo de Edad



	Nivel Socioeconómico			Sexo		Grupo de edad		
	A/B	C	D/E	Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a más
Mencionado	9.6	13.1	10.2	11.8	10.5	16.4	7.4	10.2
No mencionado	90.4	86.9	89.8	88.2	89.5	83.6	92.6	89.8
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Nº de Casos	192	443	765	702	698	436	444	520



## VIRTUDES NEGATIVAS Y CUALIDADES LIBERADORAS

La encuesta reafirma muchos de los resultados que aparecen en numerosos estudios de caso y otras fuentes. Hay un conjunto de las que podríamos llamar “virtudes negativas” que hablan, sobre todo, de lo que los padres y las madres tratan de reprimir en los niños y niñas: la falta de modales, la irresponsabilidad, la falta de tolerancia y respeto, la desobediencia. Existe otro conjunto de virtudes que colocan a los padres en una posición de promover la libre expresión, la iniciativa, la agencia y la individualidad de sus hijos e hijas. Las primeras tienen más de 60% de menciones en toda la muestra y en casi todos sus componentes. Las virtudes positivas o liberadoras tienen menos de 25% de menciones. Estas incluyen el expresarse libremente, la independencia, la determinación y perseverancia, la generosidad o altruismo, y la imaginación.

¿Por qué este retrato siempre algo sombrío acerca de la educación que madres y padres están dando a sus hijas e hijos, al menos cuando, en una encuesta, se les pregunta acerca de sus intenciones y objetivos? Hay al menos dos factores en juego. La educación de los padres hacia sus hijos es particular por la manera en la que funciona en ciclos largos. Los padres actúan en el día a día –predicando, presentando modelos, corrigiendo y a veces castigando duramente–, pero lo hacen en un marco temporal donde su afán es crear la posibilidad de que su hijo o hija llegue a ser una cierta clase de persona, valorada, que se mantenga en una relación de ayuda y acompañamiento con los padres a lo largo de la vida.

Es así que la educación moral es la primera prioridad de padres y madres en todos los sistemas culturales que conocemos. Se puede vivir con un hijo o una hija que no sea particularmente inteligente. Pero no se puede vivir con uno que no ha comprendido la necesidad de ser una persona de bien.

Existe otra faceta de esta situación que es menos halagadora para los adultos. Los niños y las niñas que están bajo su cuidado y responsabilidad, tienen una gran capacidad de enturbiar las relaciones entre las personas adultas a su alrededor. Su mal comportamiento puede quebrar las relaciones entre familiares o vecinos, y también con las diferentes instituciones que intervienen sobre las familias. He ahí un factor de complicidad adulta que prioriza la protección de sus arreglos de reciprocidad y ayuda mutua, aun cuando eso signifique reprimir cualidades en sus hijos e hijas, que probablemente reconocerían como valiosas, si únicamente no fueran tan peligrosas: la imaginación, la rebeldía, la independencia, entre otras.

En general, llama la atención la poca variación que se registra en la calificación de los valores explorados según variables como el ámbito urbano o rural, el género –hombres o mujeres–, las regiones geográficas y los grupos de edad. La encuesta da cierto motivo para pensar que están surgiendo culturas regionalmente diferenciadas de educación infantil así



**JEANINE  
ANDERSON**

Ph. D. por la  
Universidad de  
Cornell. Profesora del  
Departamento de  
Ciencias Sociales  
de la PUCP. Miembro  
del Grupo de  
Investigación Edades  
de la Vida y  
Educación de la  
PUCP (EVE).

como culturas diferenciadas según los ámbitos urbano y rural. Las pocas diferencias generacionales eran de esperarse y van en el sentido también esperable, hacia una niñez algo más libre y preparada para la autonomía. En lo socioeconómico, llaman la atención algunas de las posiciones que registra el sector A y B: se enfatiza el sentido de responsabilidad pero se asigna poco valor a la enseñanza de la solidaridad. ¿Se trata de responsabilidad, entonces, frente a quién? El género tiene un perfil muy bajo aunque habría que notar que ninguno de los ítems parece haber preguntado por los valores que los padres pretenden inculcar en sus hijos varones a diferencia de sus hijas mujeres. Allí aparece la oportunidad para realizar una nueva encuesta en la población del Perú.

## FICHA TÉCNICA

	Encuesta Nacional Urbano Rural realizada por el Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
UNIVERSO	Hombres y mujeres de nacionalidad peruana, de 18 años o más.
NIVEL DE REPRESENTATIVIDAD	Las provincias donde se realizaron las entrevistas concentran aproximadamente el 65% de la población nacional de 18 o más años del Perú.
SISTEMA DE MUESTREO	Semiprobabilístico polietápico.
MUESTRA	1,400 personas entrevistadas.
MARGEN DE ERROR	±2,62% con un nivel de confianza del 95%, asumiendo 50%-50% de heterogeneidad, bajo el supuesto de muestreo aleatorio simple.
FECHAS DE APLICACIÓN	Del 15 de agosto al 9 de setiembre del 2018.

## EQUIPO IOP

Pluvia Astete, Néstor Arzapalo, Sabina Cabrera, Scarlett Cabrera, Magda Carrera, Sergio Chávez, César Cosíos, Alice López, Vania Martínez, Ledda Narvárez, Jan Marc Rottenbacher y Meir Tintaya.