

“AÑO DEL BUEN SERVICIO AL CIUDADANO”



**FACULTAD DE TEOLOGÍA PONTIFICIA
Y CIVIL DE LIMA**

**LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LOS
ESTUDIANTES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA
“HORACIO ZEVALLOS GAMEZ” DE HUINCHOS.
ANDAHUAYLAS - 2016.**

Tesis presentada por la estudiante **ANA MARIA FLORES PAREJA** para optar el Título de Licenciada en Educación en la Especialidad de Ciencias Sociales, Filosofía y Religión.

Asesor:

Dr. Marco Antonio Ibarra Contreras

Lima-Perú

2017

DEDICATORIA

Se dedica este trabajo a Dios porque siempre ha estado a mi lado en cada paso que doy

A mis maestros que me enseñaron cómo pensar, no lo que debo pensar, a mi familia por su apoyo incondicional.

Espero ser su biografía:

AGRADECIMIENTO

Se agradece por su contribución para el desarrollo de esta tesis al:

Dr. Marco Antonio Ibarra Contreras.

Agregada por su asesoría y ayuda constante a mis profesores

Alma mater quien la lleva en mi corazón a todo lugar y en todo momento. A “Facultad de Teología Pontificia Civil de Lima”

PRESENTACIÓN

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

En cumplimiento de las disposiciones del reglamento de grados y títulos de la Facultad de Teología Pontificia y Civil de Lima, presento a su consideración el trabajo de investigación titulado: Los Medios de comunicación en los estudiantes de cuarto grado de la Institución Educativa Secundaria Horacio Zevallos Gámez-Huinchos, Andahuaylas - 2016

En la actualidad la educación se basa en el modelo por competencias el cual supone desarrollar habilidades que le permitan al estudiante aplicar los conocimientos adquiridos durante el período escolar.

La presente investigación realizada tiene la finalidad de conocer el uso de los medios de comunicación por parte de los estudiantes de la Institución Educativa Horacio Zevallos Gámez y cómo debe rescatarse el nivel de comunicabilidad de la radio a través de su uso educativo, trabajo que se elabora en cumplimiento al Reglamento de Grados y Títulos de la facultad de teología pontificia y civil de Lima para obtener el Grado Académico de Licenciado en Educación.

El documento consta de ocho aspectos distribuidos de la siguiente manera:

- I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA
- II. MARCO TEÓRICO
- III. MARCO METODOLÓGICO
- IV. RESULTADOS
- V. CONCLUSIONES
- VI. RECOMENDACIONES
- VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS
- VIII. ANEXOS

ÍNDICE

PORTADA	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
PRESENTACIÓN	
ÍNDICE	
RESUMEN	
ABSTRACT	
CAPÍTULO I	19
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	19
1.1. Descripción de problema.....	19
1.2.2. Problema específicos.....	20
1.3. Formulación de Objetivo.....	20
1.3.1. Objetivo general	20
1.3.2. Objetivos Específicos	20
1.4. Justificación	20
CAPÍTULO II	22
MARCO TEÓRICO.....	22
2.1. Historia de los medios de comunicación.....	22
2.2. Los medios de comunicación	23
2.2.1. Fines.....	25
2.2.2. Características.....	25
2.2.3. Distintos medios de comunicación.....	26
a) Periódicos	26
b) La radio	26
c) La televisión	27
a) Correo postal	29
b) El teléfono	29
c) El correo electrónico	30
2.2.2. Medios de entretenimiento	30
CAPÍTULO III	41
MARCO METODOLÓGICO.....	41
3.1. Formulación de Hipótesis.....	41

3.1.1. Hipótesis General	41
3.2. Variables	41
3.3. Operacionalización de variable	41
3.5. Diseño de Investigación.	43
3.6. Población y Muestreo	43
3.6.1. Población Objetiva	43
3.6.2. Población Accesible	44
3.6.3. Muestra.....	44
3.6.4. Muestreo	45
3.7. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	45
CAPÍTULO IV	47
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	47
4.1. Resultados y análisis de la encuesta a las estudiantes	47
¿Los medios de comunicación que los jóvenes usan con frecuencia son? ...	47
Figura N°1	47
¿Los medios de comunicación que los jóvenes usan con frecuencia son? ...	47
¿Cuáles son los programas radiales que escucha usted?	49
¿Hay pérdida de valores cuando se usa adecuadamente los medios de comunicación?.....	51
Tabla N°6.	52
Figura N°6.....	52
¿Cómo afectan a los estudiantes las noticias mal informadas en tu comunidad o Institución Educativa?.....	52
Tabla N° 7	53
¿Será importante el uso de celulares en el salón?.....	53
Tabla N° 8	54
¿Qué programas de la televisión influyen de manera negativa a los jóvenes de hoy? 55	
Figura N° 9.....	55
¿Qué programas de la televisión influyen de manera negativa a los jóvenes de hoy? 55	
CONCLUSIONES	56
ANEXO.....	61

ÍNDICE DE TABLA

Tabla N°1 ¿Los medios de comunicación que los jóvenes usan con frecuencia son?.....	47
Tabla N°2 ¿Los medios de comunicación influyen en la conciencia de los jóvenes?.....	48
Tabla N°3. ¿Que programas de la televisión influyen de manera negativa a los jóvenes de hoy?	49
Tabla N°4.¿Hay pérdida de valores cuando se usa adecuadamente los medios de comunicación?	50
Tabla N°5. ¿Existen Practica de ética en los locutores o presentadores de los medios de comunicación?	51
Tabla N°6. ¿Cuáles son los programas radiales que escucha usted?.....	52
Tabla N°7. ¿Cómo afectan a los estudiantes las noticias mal informadas en su Comunidad o en la Institución Educativa?	53
Tabla N°8. ¿Alguna vez te dejaste llevar por programas de televisión como los programas de realiti?.....	54
Tabla N°9 ¿Sera importante el uso de celulares en el salón?	55

ÍNDICE DE FIGURA

Figura N°1: ¿Los medios de comunicación que los jóvenes usan con frecuencia son?	47
Figura N°2: ¿Los medios de comunicación influyen en la conciencia de los jóvenes?	48
Figura N° 3 ¿Qué programas de la televisión influyen de manera negativa a los jóvenes de hoy?	55
Figura N°4: ¿Hay pérdida de valores cuando se usa adecuadamente los medios de comunicación?	51
Figura N°5. ¿Existe la práctica de ética en los locutores o presentadores de los medios de comunicación?	50
Figura N°6. ¿Cuáles son los programas radiales que escucha Usted?	49
Figura N°7: ¿Cómo afectan a los estudiantes las noticias mal informadas en tu comunidad o Institución Educativa?	52
Figura N°8: ¿ Alguna vez te dejaste llevar por programas de televisión como los programas de realiti?	54
Figura N°9: ¿Sera importante el uso de celulares en el salón?	53

RESUMEN

El presente trabajo de investigación que titula los medios de comunicación tiene como objetivo explicar cómo se evidencia el uso de los medios de comunicación en los estudiantes de la Institución Educativa “Horacio Zevallos Gámez” de Huinchos en la provincia de Andahuaylas durante el año 2016.

Se evidencia que existe uso de los medios de comunicación en los estudiantes de la Institución Educativa “Horacio Zevallos Gámez” Huinchos. Andahuaylas – 2016, cuyos resultados se observan porque el 52% respondió el televisor dándonos a entender que la gran mayoría se informa por la televisión, el 20% respondió los celulares, el 17% manifiesta usar varios medios de comunicación mientras un 12% se informa por medio de la radio. En conclusión, la gran mayoría utiliza todo lo mencionado como medios de comunicación.

Debe rescatarse el nivel de comunicabilidad de la radio a través de su uso educativo hoy en día podemos afirmar evidencia que existe uso de la radio en los estudiantes de la Institución Educativa Horacio Zevallos Gámez como medio de información en un porcentaje de 33%, por lo cual podemos afirmar que los estudiantes se preocupan en los problemas locales, nacionales que pasa a diario y los estudiantes restantes se ubican que sintonizan música 12%, chistes 12% y el 43% sintoniza varios programas

Como conclusión general una cantidad considerable Se observa que el uso de la televisión se ha convertido gradualmente en el medio de comunicación más influyente en el desarrollo de diferentes patrones de comportamiento de las audiencias; los adolescentes han crecido conjuntamente con la evolución del mercado televisivo. Podemos

observar que esta relación entre televisión y comportamiento existe porque en muchos casos influye de manera negativa en los estudiantes de la Institución Educativa "Horacio Zevallos Gámez" en un porcentaje de 42% afirman que las películas violentas influyen de manera negativa podemos evidenciar que muchas veces los programas en la televisión influyen de manera negativa como los programas de realiti 16% programas de farándula en 20% las pornografías el 22%

Como conclusión general el uso del teléfono móvil en los estudiantes de la Institución Educativa "Horacio Zevallos Gámez" no es necesario en el salón en un porcentaje de 42% afirmando que el uso de teléfonos móviles en los estudiantes no es necesario, porque consideran como un arma de distracción masiva reconociendo que usan el teléfono para enviar mensajes y correos o escuchar música durante las clases, los estudiantes restantes se ubican en el 37% respondió a veces, el 12% rara vez y el 10% nunca. En conclusión

Palabras clave: Medios de comunicación, La radio, televisión, teléfonos móviles.

ABSTRAC

The present work of research that entitled them means of communication. It aims to explain how there is evidence of the use of the media in the students of the educational institution "Horacio Zevallos G3mez". Huinchos. Andahuaylas - 2016.

There is evidence that there is use of the media in the students of the educational institution "Horacio Zevallos G3mez" Huinchos. Andahuaylas - 2016, whose results can be seen by 52% answered the TV giving us to understand that the vast majority are informed by television, 20% answered phones, 17 frame number and 12% radio. In conclusion, the vast majority uses all of the above as a means of communication

Should rescue is the level of communicability of the radio through its use educational today can say evidence that exists use of it radio in them students of the institution educational Horacio Zevallos Gamez can I half of information in a percentage of 33%, by which can say that them students is concerned in them problems local, national that passes to daily and them students remaining is located that tune music 12% , jokes 12% and the 43% tune in several programs

as a general conclusion, a considerable amount is observed that the use of television has gradually become the means of communication more influential in the development of different patterns of behavior of the hearings; the teenagers have grown together with the evolution of the market television. We can see that this relationship between television and behavior exists because in many cases it influences so negative in the "Horacio educational institution students Zevallos G3mez" a percentage of 42% say that violent films have a influence negative can reveal that many times programs on television influence negatively as realiti 16% programs programs of entertainment in 20% 22% Smuts

As conclusion general the use of the phone mobile in them students of the institution educational "Horacio Zevallos gamez" not is necessary in the lounge in a percentage of 42% stating that the use of phones mobile in them students not is necessary, because considered as a weapon of distraction massive recognizing that used the phone to send messages and post or listen music during them classes , those students remaining is located in the 37% said sometimes, the 12% rare time and the 10% never. In conclusion keywords:

means of communication, the radio, television, telephones mobile.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de problema.

Uno de los problemas que se observa actualmente en nuestro país es la carencia de información y desconocimiento sobre el uso adecuado de los medios de comunicación.

Es frecuente en la actualidad encontrarse con jóvenes que carecen de una identidad personal ante la influencia de los medios de comunicación que promueven modelos a seguir. Ante esta realidad también los estudiantes de la Institución Educativa Horacio Zevallos Gámez no son ajenos a la moda impuesta por personas famosas en la sociedad, como consecuencia lleva a que no exista una búsqueda para encontrarse consigo mismo.

Los medios de comunicación influyen en la forma de actuar y de pensar de los estudiantes de la Institución Educativa "Horacio Zevallos Gámez", logran modificar la forma en que los jóvenes conocen y comprenden la realidad que los rodea, pero todas las ventajas que nos brindan los medios de comunicación pueden convertirse en graves inconvenientes si no son utilizados correctamente en la actualidad este problema preocupa a la mayoría de la población, ya que se utiliza para manipular a la sociedad además disminuye las relaciones afectivas entre personas como consecuencia lleva a que no exista una búsqueda para encontrarse consigo mismo.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo se evidencia el uso de los medios de comunicación en los estudiantes de la Institución Educativa “Horacio Zevallos Gámez”? Huinchos. Andahuaylas – 2016?

1.2.2. Problema específicos

- ¿Cómo se evidencia el uso de la radio en los estudiantes de la Institución Educativa “Horacio Zevallos Gámez”? Huinchos. Andahuaylas – 2016?
- ¿Cómo se evidencia el uso de la televisión en los estudiantes de la Institución Educativa “Horacio Zevallos Gámez”? Huinchos. Andahuaylas – 2016?
- ¿Cómo se evidencia el uso de los teléfonos móviles en los estudiantes de la Institución Educativa “Horacio Zevallos Gámez”? Huinchos. Andahuaylas – 2016?

1.3. Formulación de Objetivo

1.3.1. Objetivo general

- Explicar de qué manera se evidencia el uso los medios de comunicación en los estudiantes de la Institución Educativa “Horacio Zevallos Gámez” Huinchos. Andahuaylas – 2016

1.3.2. Objetivos Específicos

- Describir el uso de la radio en los estudiantes de la Institución Educativa “Horacio Zevallos Gámez” Huinchos. Andahuaylas – 2016
- Describir el uso de la televisión en los estudiantes de la Institución Educativa “Horacio Zevallos Gámez” Huinchos. Andahuaylas – 2016
- Describir el uso del teléfono móvil en los estudiantes de la Institución Educativa “Horacio Zevallos Gámez” Huinchos. Andahuaylas – 2016

1.4. Justificación

Los medios de comunicación influyen en la forma de actuar y de pensar de los estudiantes, logran modificar la forma en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea, pero todas las ventajas que nos brindan los medios de comunicación pueden

convertirse en graves inconvenientes si no son utilizados correctamente en la actualidad este problema preocupa a la mayoría de la población, ya que se utiliza para manipular a la sociedad además disminuye las relaciones afectivas.

Para el estudio se ha seleccionado a los estudiantes de primero y segundo grado de la Institución Educativa Secundaria Horacio Zevallos Gámez de Huinchos- Andahuaylas.

Es apropiado realizar este tipo de investigación para que los estudiantes conozcan la relación que hay con la influencia de los medios de comunicación en su desempeño escolar.

Podemos apreciar que los medios de comunicación se han vuelto imprescindibles en un proceso educativo, ya que forman parte del material didáctico utilizado con frecuencia en el aula. Quizás Internet es el medio que se ha incorporado más rápidamente a la educación, ya viviendo la realizar en las Instituciones educativas orientar, concientizar para el uso adecuado de los medios de comunicación de parte de los estudiantes de la Institución Educativa Secundaria Horacio Zevallos Gámez de Huinchos, Andahuaylas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Historia de los medios de comunicación

En un principio, la comunicación se mantenía exclusivamente mediante canales orales.

Las ondas electromagnéticas, fueron investigadas por primera vez, por un científico británico, llamado James Clerk Maxwell a fines del siglo XIX, los cuales fueron confirmados por Rudolf Hertz, quien notó que estas viajan a una gran velocidad, y pueden transportar o transmitir sonido, por medio de ellas. Ya que, con aquella velocidad, se podría transmitir sonidos a distancias lejanas, sin tener problemas de tiempo en cuanto a la recepción de los mismos. Los pasos dados por Hertz y Maxwell, cimentaron lo que después sería la radio. Sin sus investigaciones, no hubiera sido posible, en su época, el haber logrado transmitir frecuencias radiales.

Más complejo se vuelve el escenario, con el devenir de los años. Ya que luego de las investigaciones de Hertz y Maxwell, a los pocos años, tres personas diferentes, en distintos países, lograron transmitir ondas radiales. Por un lado, Alexander Popov en Rusia. Nicolás Tesla en los Estados Unidos y Guillermo Marconi, en el Reino Unido. Quien fue el primero en patentar la radio como tal. Aparte, que no demoró mucho, en comenzar a comercializarla.

La búsqueda constante del hombre por satisfacer cada vez mejor su necesidad de comunicación ha sido el impulso que ha logrado la instauración en el mundo de instrumentos cada día más poderosos y veloces en el proceso comunicativo. Sólo basta una retrospectiva para definir cómo el ser humano ha logrado evolucionar sus formas de comunicación, desde rudimentarios métodos como la escritura jeroglífica, pasando por la invención del alfabeto y del papel, dando un leve salto hasta la llegada de la imprenta, y apenas uno más para la aparición del teléfono, el cine, la radio y la televisión.

Todos estos instrumentos han sido ciertamente un avance en las formas de comunicación del hombre y prácticamente todos han sido posibles gracias a la tecnología que a su vez ha sido el instrumento cuya evolución ha determinado el avance de la humanidad.

Hoy en día, la prensa, radio, televisión, teléfono e internet constituyen una herramienta persuasiva que nos permiten mantenernos en continua comunicación con los distintos sucesos sociales, políticos y económicos tanto a escala nacional como internacional.

La rapidez y dramatismo con que los medios de comunicación para las masas se han ido incorporando en nuestra realidad, no nos dio tiempo para adaptarlos y adaptarnos. Ante ellos nos es difícil tomar una actitud serena: o nos aferramos a un mundo estático, pre-industrial; o nos desarraigamos por completo quedando a merced de las novedades o estímulos superficiales, e ignorando el pasado.

En las sociedades contemporáneas es cada vez mayor la importancia de los medios masivos y en particular de la televisión. Esta influye sobre la forma de actuar o de pensar de las personas, logra modificar la forma en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea.

La capacidad que tenemos hoy de hacer llegar nuestros mensajes a largas distancias en forma instantánea, a través de la televisión, la radio, el teléfono, la computadora o el fax, transmitiendo casi simultáneamente datos e informaciones, nos es tan familiar que hasta actuamos con indiferencia ante ellos. (otero, 2004)

2.2. Los medios de comunicación

Con el término medio de comunicación se hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos (medios de comunicación de masas o más media); sin embargo, otros medios de comunicación, como el teléfono, no son masivos sino interpersonales. (López, 2012)

Un medio de comunicación es un instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso de comunicación.

Los medios de comunicación cumplen la función social relativa al intercambio de información, conocimientos y reflexiones sobre la vida y el acontecer humano, más allá de su entorno próximo e inmediato.

Son también el medio utilizado para desarrollar el derecho de la libertad de expresión, derecho fundamental recogido en la legislación y su misión es difundir hechos de interés, noticias y acontecimientos que, por su repercusión directa o simbólica, afectan a un determinado colectivo social

La búsqueda constante del hombre por satisfacer cada vez mejor su necesidad de comunicación ha sido el impulso que ha logrado la instauración en el mundo de instrumentos cada día más poderosos y veloces en el proceso comunicativo. Sólo basta una retrospectiva para definir cómo el ser humano ha logrado evolucionar sus formas de comunicación, desde rudimentarios métodos como la escritura jeroglífica, pasando por la invención del alfabeto y del papel, dando un leve salto hasta la llegada de la imprenta, y apenas uno más para la aparición del teléfono, el cine, la radio y la televisión. Todos estos instrumentos han sido ciertamente un avance en las formas de comunicación del hombre y, prácticamente todos, han sido posibles gracias a la tecnología, que a su vez ha sido el instrumento cuya evolución ha determinado el avance de la humanidad.

Hoy en día, la prensa, radio, televisión, teléfono e internet constituyen una herramienta persuasiva que nos permiten mantenernos en continua comunicación con los distintos sucesos sociales, políticos y económicos tanto a escala nacional como internacional. (Yubero 2003)

La rapidez y dramatismo con que los medios de comunicación para las masas se han ido incorporando en nuestra realidad, no nos dio tiempo para adaptarlos y adaptarnos. Ante ellos nos es difícil tomar una actitud serena: o nos aferramos a un mundo estático, pre-

industrial; o nos desarraigamos por completo quedando a merced de las novedades o estímulos superficiales, e ignorando el pasado.

En las sociedades contemporáneas es cada vez mayor la importancia de los medios masivos y en particular de la televisión. Esta influye sobre la forma de actuar o de pensar de las personas, logra modificar la forma en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea.

La capacidad que tenemos hoy de hacer llegar nuestros mensajes a largas distancias en forma instantánea, a través de la televisión, la radio, el teléfono, la computadora o el fax, transmitiendo casi simultáneamente datos e informaciones, nos es tan familiar que hasta actuamos con indiferencia ante ellos.(Díaz, 2005)

2.2.1. Fines

El propósito principal de los medios de comunicación es, precisamente, comunicar, pero según su tipo de ideología puede especializarse en; informar, educar, transmitir, entretener, formar opinión, enseñar, controlar. (Mota, 2012)

2.2.2. Características

- **Positivas.** Las características positivas de los medios de comunicación residen en que posibilitan que amplios contenidos de información lleguen a extendidos lugares del planeta en forma inmediata. Los medios de comunicación, de igual manera, hacen posible que muchas relaciones personales se mantengan unidas o, por lo menos, no desaparezcan por completo. Otro factor positivo se da en el ámbito económico: quien posea el uso de los medios puede generar un determinado tipo de consciencia sobre una especie de producto, es decir, puede generar su propia demanda, ya que los medios muchas veces cumplen la función de formadores de opinión.
- **Negativas.** Las características negativas recaen en la manipulación de la información y el uso de la misma para intereses propios de un grupo específico. (Tabertera, 2008)

Clasificación

Debido a la complejidad de los medios de comunicación, (Harry Pross, 1972) ha separado estos en cuatro categorías, a partir de su teoría.

- Medios primarios
- Medios secundarios (máquina)
- Medios terciarios (medios electrónicos)
- Medios cuaternarios (medios digitales)

2.2.3. Distintos medios de comunicación

a) Periódicos

Los periódicos son medios de comunicación escrita, que deben su nombre a ser escritas de manera periódica en intervalos de tiempo fijos. Así los diarios, semanarios y anuarios eran tipos de publicaciones periódicas de periodicidad diaria, semanal y anual.

b) La radio

La radio es una tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación de ondas electromagnéticas. Por su alcance electromagnético le era mucho más fácil el poder llegar a lugares.

➤ ¿Cómo se produce y evidencia la influencia de los mensajes radiales en los adolescentes?

La publicidad radial promueve el placer como fin de la existencia entre los adolescentes (Valderrama, Velásquez, 2004); efectivamente, mitifica sus valores y estilos de vida (Ford, 2001): el ocio (Rincón, 2006), su razón de ser. A su vez, la rumba, asociada a espacios de rumba (discotecas, bares) legitima las condiciones de rumba (alcohol, cigarrillos). Ese es, precisamente, el status quo que la radio intenta mantener (Mattelart, Lazarsfeld y Merton).

➤ ¿Quién asume la responsabilidad social?

Ante la falta de una conciencia crítica sólida en el adolescente (Valderrama; Velázquez, 2004), el Estado intenta compensar dicha situación de vulnerabilidad, mediante la expedición de un marco legal que, en la práctica, no funciona proactivamente, es decir, regulando y previniendo desde el interior del medio radial asumiendo su responsabilidad social, sino reactivamente, esto es, cuando la misma audiencia o sociedad se pronuncia y reclama dichos derechos al ente gubernamental para exigir acciones de control social. Después de esta aproximación a la problemática de los adolescentes frente al medio radial, surgen entonces ciertos interrogantes finales: ¿Corresponden esos servicios y productos a las necesidades y derechos de los adolescentes? ¿Ese consumo radial que recibe e influye en el adolescente, desde la publicidad y la programación que se supone está dirigida especialmente a ellos, corresponde a los derechos y a la corresponsabilidad pregonada desde la ley de la niñez y adolescencia? ¿Qué opciones les quedan?

c) La televisión

El término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación, que busca entretener e informar al televidente con una gran diversidad de programas. La televisión enlaza diversos anuncios que la población utiliza para mantenerse informado de todo el acontecer. Esta también se utiliza para dar a conocer algún producto o servicio. (Revilla, 2008)

Relaciones entre la exposición a la televisión y la conducta agresiva

Las tres líneas de interés investigativo planteadas al inicio de este documento se relacionan con una pregunta más general: ¿Cuáles son los efectos de la televisión en las audiencias jóvenes? Al parecer los efectos son muchos y en su mayoría negativos. Una gran parte de las investigaciones se han dirigido a probar la relación entre la televisión y la conducta agresiva, debido a que en algunos estudios cumbres sobre aprendizaje social realizados por Bandura, Ross y Ross (1963) se encontró que cuando los niños eran expuestos a modelos agresivos, imitaban esta

clase de conductas en situaciones de juego posteriores, especialmente cuando se involucraban juguetes similares a los que se encontraban en las escenas televisadas. La mayoría de investigaciones ulteriores concuerdan en que existe una alta correlación entre la exposición al medio y las conductas agresivas y violentas; lo mismo sucede con la aceptación de la violencia de otros (Bandura, 2002). Los estudios de laboratorio también indican que cuando los niños son expuestos a programas violentos actúan posteriormente de forma más agresiva (Paik Comstock, 1994), se eleva la presión sanguínea (Huesmann y cols., 1994) y pelean más con los compañeros de juego. En esta dirección, un estudio de Boyatzis y Matillo (1995) se concentró en los efectos de un programa de televisión popular entre los niños de ese entonces, los Power Rangers. Los niños se asignaron a un grupo experimental que veía el programa o a un grupo control que no lo observaba. Los resultados demuestran que los niños del grupo experimental que veían el programa cometieron más actos agresivos que los niños del grupo control, y los niños fueron más agresivos que las niñas.

No obstante, no se tienen los mismos efectos con respecto a la conducta de ver televisión sobre la etiología y exacerbación de la conducta agresiva, en niños con problemas emocionales. Con el fin de comprender el efecto de la televisión sobre este tipo de niños, Kenneth y Joyce (1993) realizaron un estudio longitudinal de 10 años observando los hábitos de ver televisión, la comprensión y reactividad frente a contenidos agresivos y no agresivos, así como la responsabilidad a un programa en habilidades para ver televisión. Se demostró que los niños con disturbios emocionales ven grandes cantidades de material violento, prefieren los personajes agresivos y creen más en el contenido de ficción. No obstante, ellos no se comportaban agresivamente en situaciones sociales naturales después de ver programas con altas dosis de agresión. El programa que implementaron los autores no alteró de forma importante la conducta de los niños. *Joyce (1993)*

- Medios de comunicación interpersonal

a) Correo postal

Las cartas y el intercambio epistolar en formato de papel fue uno de los primeros medios de comunicación interpersonal a distancia. Durante siglos fue el único medio de comunicación a distancia entre individuos, y con el advenimiento de tecnologías más inmediatas, rápidas y eficientes, el uso de cartas y misivas se ha reducido mucho.

b) El teléfono

Es un dispositivo diseñado para transmitir por medio de señales eléctricas la conversación entre dos o más personas a la vez en distintos lugares

La telefonía móvil La telefonía móvil, también llamada telefonía celular, básicamente está formada por dos grandes partes: una red de comunicaciones (o red de telefonía móvil) y los terminales (o teléfonos móviles) que permiten el acceso a dicha red. El celular es el dispositivo por el cual la telefonía móvil encuentra su desarrollo, ya que por medio del él se logra la transmisión de datos y la comunicación por las redes y la infraestructura de cada proveedor de servicio. La red de telefonía móvil o celular consiste en un sistema telefónico en el que mediante la combinación de una red de estaciones transmisoras-receptoras de radio (estaciones base) y una serie de centrales telefónicas de conmutación, se posibilita la comunicación entre terminales telefónicos portátiles (teléfonos móviles) o entre terminales portátiles y teléfonos de la red fija tradicional.⁸ La evolución tecnológica y los nuevos conceptos frente a una percepción y razonamiento de vida, han generado en las sociedades cambios y nuevos estilos de vida, que van enmarcados por nuevas costumbres y nuevos hábitos, que afectan los distintos grupos sociales a causa de grandes innovaciones y cambios de cultura, que nacen frente a necesidades básicas y a la necesidad de evolución y superación como esencia del ser humano. La tendencia actual de las compañías de telecomunicación a nivel mundial está orientada hacia la concentración de la propiedad en grandes corporaciones multinacionales, esto es casi un requisito obligatorio si se piensa mantener un nivel competitivo en un entorno tan agresivo como el de la industria de las telecomunicaciones. En este sector las innovaciones

son asimiladas por la competencia en un proceso de involucramiento casi inmediato, como hemos visto

Relación entre la telefonía móvil y la juventud En virtud de la naturaleza amplia y penetrante de la juventud, su estudio suele requerir un examen detallado del carácter de la sociedad en un conjunto, con inclusión de factores tales como: idioma, conocimientos, leyes, religiones, costumbres en materia de alimentación, música, arte, tecnología, patrones de trabajo, productos y otros elementos que le imparten a una sociedad su sello distintivo.⁹ Los jóvenes han sido identificados y distribuidos básicamente en edades, y estas han sido equiparadas según el tamaño de la persona, sus comportamientos, sus intereses y según las formas de percibir el mundo y su entorno. La cultura de la telefonía móvil en los jóvenes es aquella noción nacida del ejercicio entre ellos mismos y su entorno, del maniobrar de la existencia juvenil y colectiva, del vivir y existir con otros, del participar, del convivir, del hacerse parte de, siendo así la única forma posible de existencia humana en un periodo de la vida como lo es la juventud. La condición de la telefonía móvil, en los jóvenes se da a partir de la satisfacción de las necesidades humanas por comunicarse los unos a los otros, lo cual trae también derechos inherentes a los jóvenes e igualmente deberes que surgen del existir social. (SCHIFFMAN G León).
Comportamiento del Consumidor

c) El correo electrónico

Si bien dada la forma de transmisión electrónica el tiempo transcurrido entre comunicaciones sucesivas tiende a ser mucho menor

2.2.2. Medios de entretenimiento

Muchos medios de entretenimiento no están pensados para transmitir información cotidiana, aunque pueden servir la transmisión de mensajes sociales, sensibilización respecto a cuestiones sociales y creación de estados de opinión pública

- Historieta

La historieta, convertida en medio de comunicación de masas, gracias a la evolución de la prensa decimonónica

- **Cine**

El cine es la técnica de proyectar fotogramas de forma rápida y sucesiva para crear la impresión de movimiento mostrando algún vídeo (Moscovici. 2005)

- **Influencia de los medios de comunicación**

Abordar este tema, requiere centrarse en un medio concreto, la televisión que es el medio que más incide en los humanos y preguntarse: ¿Los medios de comunicación influyen en la conciencia de los jóvenes? pues los adolescentes y los niños son los principales consumidores de los programas televisivos. Por esto requiere prestar atención especial.

- **La influencia de la televisión en los jóvenes**

La televisión influye mucho en los adolescentes, pues nadie escapa a la influencia de los más media. Provoca una modificación de la conducta con programas impactantes; y excita las emociones y pasiones con programas como las series.

La manipulación varía según la edad, el estado anímico, el sexo, el nivel cultural, la personalidad, las costumbres y la educación.

Dentro de los grupos más expuestos figuran los niños y los adolescentes porque su edad no les permite distinguir las intenciones de los mayores.

Aunque el adolescente ha pasado ya la etapa de la infancia, donde la falta de criterio al seleccionar la oferta televisiva ocasiona los mayores problemas debido a que el niño aprende por imitación, no deja de ser vulnerable a los mensajes de la televisión, porque se encuentre aun en una etapa de crecimiento.

El adolescente ya distingue la realidad de la fantasía, pero aún no tiene un criterio sólido y una posición personal frente a las cosas que lo hace fácilmente influenciado. Por esta razón asume nuevas actitudes y

comportamientos, buscando siempre una imagen de sí mismo que se ajuste más a su idea del comportamiento de los adultos.

Es aquí donde la televisión puede influir, presentando una falsa vida de los adultos, con fuertes dosis de hedonismo y violencia, de amores imposibles, buenos y malos, justicias e injusticias, ambición, barreras de clases sociales, intrigas, venganzas, infidelidades, mentiras, etc. Pero con muy poco amor auténtico, responsabilidad y madurez. Como ejemplo tenemos las películas de acción, las dramatizaciones o ciertas mini series que tratan temas con demasiada crudeza, denuncian ciertas desviaciones de la conducta humana o cuestionan circunstancias o situaciones particulares de la sociedad o de la cultura que percibe el televidente adulto sin ser afectado pero que pueden desorientar al joven porque las situaciones para ellos no son claras. (Pereda, 1996)

Hoy se observa a muchos niños y jóvenes que parecen haber cumplido las profecías de grandes teóricos como el humanista Erich Fromm o el escritor argentino Ernesto Sábato quienes ya se ocupaban de la pérdida de la espiritualidad y la condición humana de las nuevas generaciones absorbidas por un mundo de plásticos y tecnologías, así como ideologías de medio pelo. En nuestra labor como psicólogos y docentes hemos podido ver como en los últimos años los niños y los adolescentes están hoy por hoy mucho más expuestos a una parafernalia tecnológica cada una más demandante y cambiante que la otra. Queremos tocar esta vez el tema de la televisión y su impacto en la psique humana, sobre todo la infantil por considerarlo un tema importante y de repercusión en la mente juvenil y en temas esenciales como la escolaridad, el juicio lógico, el manejo de la palabra, la convivencia armoniosa, la inteligencia y las actitudes positivas y sanas. Sabemos que existe esa llamada “televisión basura” que no es más que un conjunto de programas de televisión cuyos contenidos son muy pobres tanto en la propuesta cognitiva como en la socio-afectiva que nos brindan, por decir dos aspectos centrales que forman la riqueza psicológica de cualquier ser humano. Por eso a continuación presentamos, a manera de síntesis, una serie de informes y artículos de investigación que han venido estudiando los peligros de

alimentar a los más pequeños –y más vulnerables- con horas y horas de una programación embrutecedora, ordinaria y alienante. De este tipo de televisión y la psicología es de lo que trata el siguiente artículo.

La TV, el fenómeno visual y un poder mediático Algunas características de la televisión muy bien analizadas por Giovanni Sartori son: Se suele creer en lo que se transmite. El tipo de comunicación es unidireccional. La información que llega tiene que ver con los valores, normas y actitudes de quienes la transmiten. Para Carmen Pérez León y colaboradores (1998) en su investigación ¿Por qué los niños ven televisión? Determinación de hábitos televisivos en niños de 6 a 8 años en Caracas: La televisión presenta estímulos audiovisuales, los cuales son más efectivos que los visuales y auditivos por sí solos. Se impone sobre los otros medios de comunicación por penetrar en el hogar, en la vida diaria y llegar a formar parte del cúmulo de hábitos de cualquier hombre de nuestra época. Concluyen que los niños recurren a la TV para satisfacer sus necesidades de distracción, reducir las tensiones y como medio para obtener información. Además de las motivaciones personales, podríamos agregar un factor situacional externo al niño: “el niño ve Televisión porque le es impuesta por el medio”, la ve porque no le queda otro remedio. Le es ofrecida en el ambiente del hogar y los padres y demás adultos le refuerzan la conducta contemplativa. En muchos casos constituye la única compañía del niño y a veces se convierte en una especie de niñera. El ver TV es un hábito que se refuerza diariamente a través de gestos, sonrisas y aprobaciones verbales de los adultos. (Pérez León, 1998) Joseph Klapper (1960) luego de investigar los efectos de la comunicación de masas afirma que los niños con tendencias agresivas presentan más tendencia que los niños menos agresivos, a imitar la conducta violenta que observan en las películas y en la televisión. Investigaciones clásicas de Himmelweit (1958) determinaron que las jóvenes que ven muchos programas de la vida adulta –las podríamos llamar ahora telenovelas- se inquietan por lo que será el matrimonio y consideran la vida adulta una etapa en continua crisis. En cambio, las que no ven se muestran más optimistas, alegres, esperanzadas en las recompensas que ofrece ser

adulto. Las telenovelas reflejan la sensibilidad melodramática popular y reproducen temas universales como el triunfo de la humilde (e ignorante, dependiente, supersticiosa) cenicienta, con la que muchas seguramente se identificarán. La telenovela actual manipula sueños populares y es irreal (Ponce Alberti, 2001). Los niños y las niñas españoles de entre 8 y 13 años pasan más de tres horas diarias frente al TV. según la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación de España (2004). Dedicar más tiempo a la TV que a la lectura o a cualquier otra actividad de ocio. Para la mayoría de los adultos ver la TV también es la actividad a la que se dedica más tiempo de ocio

Comentarios sobre la TV peruana de los últimos años pertenecientes a gente de las ciencias, el arte y el propio mundo de la televisión (los numerados son tomados del trabajo de Ponce Alberti, 2001).

Invade la vida cotidiana, ocupa el espacio de la lectura y de la conversación amical (Alejandro Ortiz, sociólogo)

No requiere concentración” (Hernando Cortés, director y actor teatral)

Es un instrumento que se puede usar bien o mal, está mal en el Perú porque nuestro nivel cultural es muy bajo (Emilio Barrantes, educador)

Por ser comercial, gratifica las malas costumbres de los sectores no educados, refuerza los mecanismos de ineducación (Leopoldo Chiappo, psicólogo)

Se hace mal uso de ella porque está en manos de comerciantes a quienes interesa hacer dinero presentando lo que consideran gusta a la mayoría (Emilio Barrantes, educador)

Es una cajita idiota, la mayoría de sus programas carecen de nivel cultural y tienen vulgaridad y violencia (Tomás Escajadillo, ex decano de la facultad de Letras de la UNMSM)

La gran masa se satisface con programas escandalosos sin contenido político o educativo ni problemática social o humana (Luis Rey de Castro, periodista).

Según Humberto Ponce (2001) en su trabajo sobre la televisión peruana nos dice: “La televisión no educa, no presenta opciones suficientes de programas positivos, no vertebrata el espacio público de comunicación actual que se basa en la imagen. Su carácter comercial la lleva a contenidos de baja calidad y a resaltar lo negativo, afectando los valores”

- **Cómo influye en la conciencia del adolescente**

Lo que no entiende el adolescente es que el mundo no está conformado por dos bandos, el de los buenos y el de los malos, si no por seres humanos cuyas acciones son más complejas que los que se presenta en la pantalla.

El hombre es un ser racional, dotado de la libertad para decidir y, por lo mismo, no está libre de equivocaciones, porque nadie es eternamente bueno o malo. Por lo tanto, la visión simplista podría ser reemplazada por otra en la cual los personajes aparezcan más humanos, más reales en situaciones más próximas a las de cada día.

El afán de realismo puede confundir la conciencia de los jóvenes, si no existe una buena orientación al respecto es por eso la importancia del control de los horarios de emisión de la televisión, tanto por parte de las televisoras como por parte de los padres, los cuales no se encuentran exentos de los peligros a los que están expuestos sus hijos todos los días.

Esta confusión puede manifestarse en la pérdida de la sensibilidad. Un adolescente acostumbrado a ver escenas de violencia, entre las que se encuentran no sólo series policíacas o de acción sino también ciertos dibujos animados, no tendrá la misma sensibilidad ante un acto violento real como uno que ha visto dichas escenas. Y no sólo eso, también pierde el gusto por lo que no es violento.

Por lo tanto, el área más afectada por la televisión es la conciencia, pues la caja mágica intenta promover la compra y venta de algún producto mediante la explotación del sexo y el placer, colocándolos como final feliz de toda acción. Al hacer esto la conciencia no va dirigida hacia los buenos hábitos, hacia los valores humanos, o hacia el desarrollo cultural o

intelectual; sino que ocasiona una grave distorsión de valores, que al darse en forma masiva altera notablemente el equilibrio de una sociedad. (Pereda,1996).

- **Cambio de valores con los medios de comunicación**

La transmisión de valores es uno de los aspectos más importantes en la vida de una persona. Aunque los valores se inculcan ante todo en el núcleo familiar, el adolescente los aprende en todo lugar o ambiente donde emplee su tiempo. También espera encontrarlos en la televisión por ser el que más fuerza e impacto tiene sobre las personas. Para el adolescente la difusión por televisión de ídolos reales como Maradona y Britney Spears lo hace caer fácilmente en lo ordinario, vulgar y lo lleva a defender conductas desvergonzadas. Y se crean hábitos más “modernas” e “informales”.

El problema está en la forma como la televisión presenta los valores al adolescente. Los ejemplos y modelos a seguir (mujeres semidesnudas, la utilización de vocabulario no adecuado, la presencia de jóvenes que escapan de la escuela para irse a divertirse, entre otros) son en la mayoría de los casos nocivos para una mente y espíritu en desarrollo. Las actitudes, las opiniones o comportamientos que se transmiten por televisión no siempre ayudan a dignificar a la persona, sino que la ridiculiza, degradan o someten, entonces se habla de difusión de antivalores.

Y cuando la televisión transmite valores rescatables estos sufren frecuentes maltratos al ser presentados por héroes que generalmente son individuos rudos y violentos como en el caso de Rambo o Rocky. Entonces se confunde la bondad con la impotencia. Casi nunca se ve el heroísmo que la bondad implica.

Y aunque muchos dicen que la televisión transmite siempre lo que el público les pide, las diversas protestas demuestran lo contrario, que la televisión no emite habitualmente lo que el público quisiera ver.

La televisión no busca dar una lección de buenas costumbres ni de moral, y se olvida que los adolescentes necesitan principios fundamentales de honestidad, veracidad y rectitud de conciencia

Los medios de comunicación de masas, prominentes generadores y difusores de educación informal.

Aunque de una forma más inconsciente que consciente, más implícita que explícita, los medios son siempre educativos en la medida en que influyen sobre lo que los niños y jóvenes aprenden y sobre la manera en que lo hacen. Por diversos motivos (¿modificación del papel que desempeña la familia y disminución de su influencia; incapacidad de la EF para aceptar y adoptar las posibilidades de los medios de comunicación en los currículos.

Los medios de comunicación se han convertido en el corazón de la vida política y cultural, componiendo la imagen de la (su) realidad que van a transmitir y, ante la dificultad, en muchos casos, de verificar las informaciones, sus receptores van integrándola como propia. De este modo, los CM influyen en la mentalidad de los niños y jóvenes actuales, en su forma de atender y de captar la realidad, en su actitud ante el conocimiento, en su modo de concebir el mundo e interactuar con su entorno social. Esa capacidad de influencia se ampara en que estos sujetos se enfrentan con esos conocimientos en una edad biológica y madurativa en la que están construyendo sus esquemas cognitivos para interpretar la realidad, lo que determina que todo lo que ven, oyen y leen a través de los centros de diversión y consumo, la televisión, la prensa, la música y las nuevas tecnologías corre el riesgo de convertirse en un poderoso instrumento de manipulación y alienación social. “La televisión ha sustituido a la realidad creando otra nueva. Ha creado comunidades visuales... Trivializa objetos negativos: figuras del mal, violencia, horror, catástrofe, accidentes que introducen lo real en estado bruto. La nueva religión de la sociedad postmoderna es la televisión”. (Díaz, 2005:34).

El consumo de televisión por parte de los niños y jóvenes a) Cuándo y cuánto. Fijémonos en el caso de la televisión. En el consumo de los medios de comunicación por los niños, la televisión ocupa el papel estrella. “Un niño español está de media más horas delante del televisor que en la escuela. Los menores entre 4 y 12 años dedican 990 horas anuales a ver televisión, frente a las 960 que se destinan al colegio y los estudios, y en una franja horaria (entre las 21 a las 24 horas) en la que brillan por su ausencia los programas infantiles” entre los diez programas favoritos de los niños, siete empiezan más tarde de las 21.30 horas. La consecuencia es que, a falta de otros contenidos, los niños están abocados a consumir los mismos productos que los adultos. En esas circunstancias no resultan extrañas las opiniones que afirman que “lo que hace la escuela durante el día lo deshace la televisión durante la noche” (Pérez Tornero, 2004).

Cómo insertar los medios de comunicación de masas en la educación formal de las ciencias sociales Siendo así que el porcentaje de niños que cuentan con televisión en su propio cuarto es elevado y se incrementa rápidamente; que son muchas más las horas de consumo de este medio que realizan solos que las que lo hacen acompañados de sus padres; y que los programas que ven son bastante inadecuados a sus intereses formativos por ser, en buena medida, programas de contenidos para adultos, el panorama que se perfila al respecto es poco alentador respecto a sus consecuencias educativas puesto que, por un lado, están huérfanos del asesoramiento familiar y, por otro, de la orientación de la EF, dado el frecuente absentismo de esta materia en el currículum escolar. Aguaded y Contin (2002:15) ponen de manifiesto cómo “muchos investigadores señalan la contradicción y paradoja que se produce entre la relevancia social de la información y su escasa presencia en las instituciones educativas y en las aulas particularmente...” y que “sobran razones que justifican el que todos los ciudadanos, pero especialmente los docentes, tengan una especial preocupación por la presencia de los medios en la vida cotidiana y diseñen estrategias para abordar didácticamente esta realidad”. Sin duda los medios

colaboran de forma decisiva a la comprensión de los problemas cruciales de la sociedad, prestando sus mensajes actualizados para la reflexión y el análisis, siempre que se les permita a los niños y jóvenes (alumnos) comprender sus códigos y lenguajes y puedan adquirir la “competencia mediática” necesaria para interpretarlos juiciosamente (Aguaded, 1999). Pero tradicionalmente las relaciones de la escuela (profesorado) con los MCM han discurrido entre la ignorancia y la resistencia, entre la desconfianza y la condena (eso, si la educación no estaba orientada contra los medios). Sin duda, tal postura no resulta lógica ni conveniente ni provechosa. La veneración no es una actitud sensata, pero la indiferencia y la incomprensión en absoluto resultan una solución adecuada por anacrónica y estéril. Algunos defienden que los medios de comunicación no son ni buenos ni malos, que encierran contradicciones, pero no hay que ignorarlos.

Desde el punto de vista educativo, comparto la segunda parte del enunciado, pero la primera conviene matizarla. Hay medios de comunicación o, mejor, programas, documentales, películas, videojuegos, etc. que son malos, reconozcámoslo, que perjudican educativamente.

- **Aclaración de conceptos**

En esta investigación se quiere velar especialmente por la formación intelectual para que los jóvenes tengan criterio para utilizar los diferentes medios.

- **La ética en los medios de comunicación**

Los medios de comunicación, sus propietarios y sus trabajadores, que no cumplen con los principios básicos del código de ética, no podrán responder a la confianza que la sociedad y el Estado han depositado en ellos. Asimismo, la misma sociedad y el propio gobierno deberá ser copartícipe en el cumplimiento de la misma, en el sentido de no provocar ni alentar toda acción que corrompa cualquier disposición establecido en el

código de ética en comunicación. Además de hacer cumplir la libertad de expresión, de prensa y el derecho a la información, incluso cuando se trate de información sobre su propio desempeño.

Todo comunicador y toda empresa dedicada a la tarea de comunicación deberá pugnar por la objetividad en el manejo informativo, la cual es garantía de verosimilitud en un medio de comunicación, además procurará por una información completa, que refleje los testimonios de las diversas partes involucradas en un acontecimiento.

Deberán permitir que los individuos o las instituciones mencionados en una información puedan ejercer su derecho de réplica, si están en desacuerdo con ella o si consideran que lesiona sus intereses. No solamente los empresarios y trabajadores empíricos de la comunicación, si no también quienes se han preparado profesionalmente tienen la responsabilidad principal en la defensa de la ética y de los valores de la comunicación. Y es obvio que para que los profesionales puedan introducir en su actividad dichas pautas éticas deben conocerlas y estar sensibilizados hacia ellas. La eficacia última de los códigos éticos depende en gran medida del compromiso efectivo de los profesionales.

La ética proporciona un marco de trabajo para dirigir las funciones esenciales de los comunicadores, establecer políticas y desarrollar estrategias para velar por el correcto ejercicio profesional. Al suscribir un Código de ética, los profesionales de la comunicación deben asumir la responsabilidad individual de promover y respetar su contenido, en todas sus dimensiones, como parte del compromiso y de la responsabilidad social que el ejercicio del periodismo y la comunicación social exigen (Gustavo Bueno, 2002)

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Formulación de Hipótesis

3.1.1. Hipótesis General

- Se evidencia el uso alto de los medios de comunicación en los estudiantes de la Institución Educativa “Horacio Zevallos Gámez” Huinchos. Andahuaylas – 2016

3.1.2. Hipótesis Específicos

- Se evidencia en la actualidad el uso de la radio en los estudiantes de la Institución Educativa “Horacio Zevallos Gámez” Huinchos Andahuaylas – 2016
- Se evidencia en la actualidad el uso de la televisión en los estudiantes de la Institución Educativa “Horacio Zevallos Gámez” Huinchos. Andahuaylas – 2016
- Se evidencia el uso del teléfono móvil en los estudiantes de la Institución Educativa “Horacio Zevallos Gámez” Huinchos. Andahuaylas – 2016

3.2. Variables

- Los medios de comunicación

3.3. Operacionalización de variable

VARIABLES DE ESTUDIO	DIMENSIONES	INDICADORES
Los medios de comunicación Es un instrumento o forma o forma de contenido por el cual se realiza el proceso de comunicación	Dimensión 1: La radio La radio es una tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación de ondas electromagnéticas. Por su alcance electromagnético le	<ul style="list-style-type: none">• Valora su idioma materno como medio de comunicación.• Reconoce la importancia de conocer lo que pasa a diario en

<p>Los medios de comunicación influyen sobre la forma de actuar y de pensar de los estudios, logran modificar la forma en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea</p>	<p>era mucho más fácil el poder llegar a lugares</p>	<p>la sociedad que le rodea</p>
	<p>Dimensión 2: El teléfono móvil Es un dispositivo diseñado para transmitir por medio de señales eléctricas la conversación entre dos o más personas a la vez en distintos lugares</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sabe la importancia del uso adecuado de los medios de comunicación. • Reflexión de la realidad que vivimos • Reflexión sobre cómo afecta en tu vida espiritualmente
	<p>Dimensión 3: La televisión El término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación, que busca entretener e informar al televidente con una gran diversidad de programas. La televisión enlaza diversos anuncios que la población utiliza para mantenerse informado de todo el acontecer. Esta también se utiliza para dar a conocer algún producto o servicio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica como afecta en su forma de pensar de actuar • Vive en un ambiente de ignorancia. • Valora la salud como cuidado personal.

3.4. Tipo de Investigación

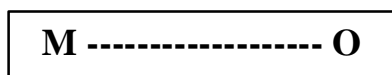
El trabajo de investigación corresponde a un tipo descriptivo simple en el cual explicaremos como se evidencia el uso de los medios de comunicación en los estudiantes (Otero, 2004).

Basándonos en los tipos de investigación mencionados por Hernández (2006), el presente estudio responde al tipo de investigación descriptivo es un método científico que implica observar y describir el comportamiento de un sujeto sin influir sobre él de ninguna manera.

Algunos sujetos no pueden ser observados de ninguna otra forma; por ejemplo, un estudio de caso social de un sujeto individual representa un diseño de investigación descriptiva y esto permite la observación sin afectar el comportamiento normal.

3.5. Diseño de Investigación.

El diseño de investigación es descriptivo simple sobre el tema los medios de comunicación. Esta investigación es la forma más elemental de la investigación, el investigador busca y recoge información contemporánea con respecto a un objeto de estudio, pero presentándose el control de un tratamiento.



M : Es la muestra de trabajo

O : es la observación realizada

Este trabajo tiene un diseño, descriptivo básico. Se encarga de recopilar, describir la información de las diferentes fuentes que los medios nos permitan.

3.6. Población y Muestreo

3.6.1. Población Objetiva

La población objetiva está conformada por 618 estudiantes de 5 Instituciones Educativas del Distrito de José María Arguedas - Andahuaylas

INSTITUCIÓN EDUCATIVA	ESTUDIANTES
José Abelardo Quiñones	180
Horacio Zevallos Gámez	120
José Antonio Encinas	109
Horizonte del saber	110
Manuel Gonzales Prada	99
TOTAL	618

3.6.2. Población Accesible

La población accesible está conformada por 120 alumnos de la Institución Educativa Secundaria "Horacio Zevallos Gámez".

GRADOS	ESTUDIANTES
Primer Grado	29
Segundo Grado	31
Tercer Grado	15
Cuarto Grado	28
Quinto Grado	17
TOTAL	120

3.6.3. Muestra

La muestra está conformada por 60 Estudiantes del primero y segundo grado de la Institución Educativa Secundaria "Horacio Zevallos Gámez".
Huinchos - Andahuaylas

GRADOS		ESTUDIANTES
Primero	Única	29
Segundo	Única	31
TOTAL		60

3.6.4. Muestreo

Los sujetos en una muestra no probabilística generalmente son seleccionados en función de su accesibilidad o a criterio personal e intencional del investigador.

3.7. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de datos se tuvo que recurrir a distintos instrumentos, los que nos permitieron observar y medir los resultados durante la investigación.

- Encuesta

Esta técnica de investigación está basada en respuestas orales y/o escritas de una población. El sujeto encuestado no elabora las respuestas, solo identifica la que considera correcta entre un conjunto de respuestas dadas. Esta modalidad permite incluir una gran cantidad de preguntas.

A) ¿Los medios de comunicación usados con frecuencia son?

- a) los celulares
- b) El televisor
- c) la radio
- d) Marcar varios

B) ¿Los medios de comunicación influyen en la conciencia de los jóvenes?

- a) si
- b) No
- c) En algunos caso
- d) Marcar varios

C) ¿Hay pérdida de valores cuando se usa adecuadamente los medios de comunicación?

- a) Si
- b) b) No

D) ¿Practican la ética los locutores o presentadores de los medios de comunicación?

- a) Siempre

- b) A veces
- c) Rara vez
- d) Nunca

E) ¿Que sintonizan los estudiantes en las radios?

- a) Música
- b) Noticia
- c) Chistes
- d) Marcar varios

F) ¿cómo afectan a los estudiantes las noticias mal informadas?

- a) Problemas familiares
- b) problemas en el colegio
- c) problemas en la comunidad
- d) marcar varios

G) ¿Con qué frecuencia te motiva tu profesor, para que estés siempre atento a la clase?

- a) siempre
- b) A veces
- c) Rara vez
- d) Nunca

H) ¿Será importante el uso de celulares en el salón?

- a) No
- b) A veces
- c) Rara vez
- d) Nunca

CAPÍTULO IV RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Resultados y análisis de la encuesta a las estudiantes

Se desarrolló una encuesta a 60 estudiantes del primer y segundo grados.

Seguidamente veremos los resultados y análisis de cada una de las preguntas de la encuesta realizadas a los estudiantes.

Tabla N° 1

¿Los medios de comunicación que los jóvenes usan con frecuencia son?

Alternativas	F1	%
a) Los celulares	12	20%
b) El televisor	31	52%
c) La radio	7	12%
e) El internet	10	17%
Total	60	100

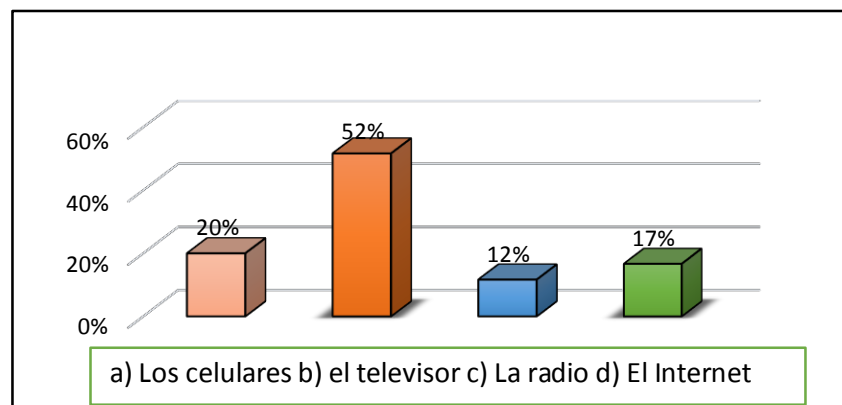


Figura N°1

¿Los medios de comunicación que los jóvenes usan con frecuencia son?

Del total de la población de las estudiantes que se les tomó la encuesta ante la pregunta: ¿Los medios de comunicación que los jóvenes usan con frecuencia son? El 52% respondió el televisor dándonos a entender que la gran mayoría se informa por la televisión, el 20% respondió los celulares, el 17% el Internet y el 12% la radio. En la etapa de la adolescencia como se sabe es donde los jóvenes van experimentando las cosas que les rodea y la

tecnología no es ajeno, en conclusión, la gran mayoría utiliza todo lo mencionado como medios de comunicación.

Tabla N° 1

¿Los medios de comunicación influyen en la conciencia de los jóvenes?

Alternativas	F1	%
a) Si	22	43%
b) No	31	32%
c) Algunos casos	7	25%
Total	60	100

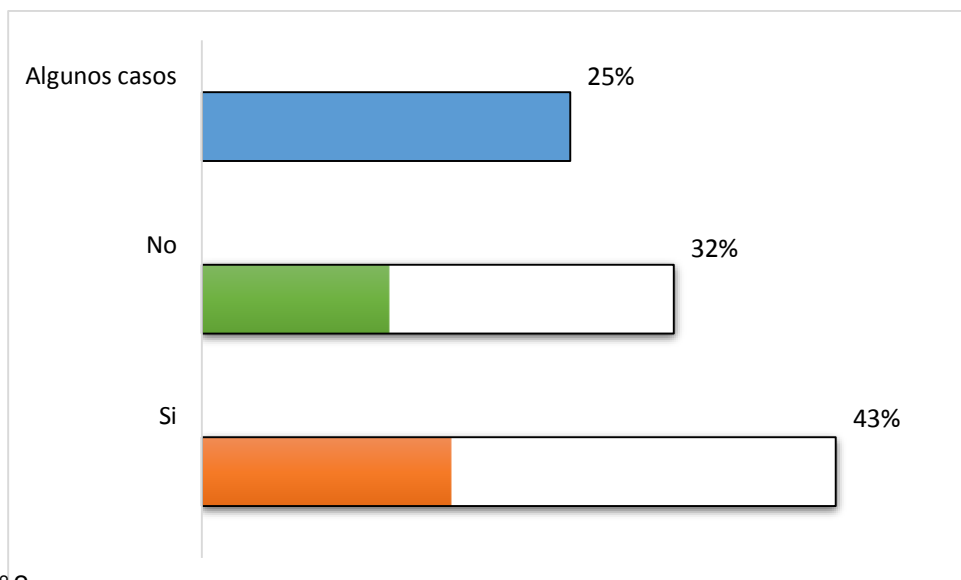


Figura N° 2

¿Los medios de comunicación influyen en la conciencia de los jóvenes?

Del total de la población de los estudiantes que se les tomo la encuesta ante la pregunta: ¿Los medios de comunicación influyen en la conciencia de los jóvenes? el 32% respondió no, el 25% en algunos y el 22% sí. En la actualidad observamos la influencia de los medios de comunicación de manera negativa a los jóvenes como en caso de los programas de realiti imponiéndoles a la moda y eso hace que los jóvenes vivan no acorde a su realidad, en conclusión, la gran mayoría piensan que si influye en la conciencia de los jóvenes

Tabla N° 3

¿Cuáles son los programas radiales que escucha usted?

Alternativas	F1	%
a) Música	9	12%
b) Noticia	0	32%
c) Chistes	15	12%
d) Varios	12	43%
Total	60	100

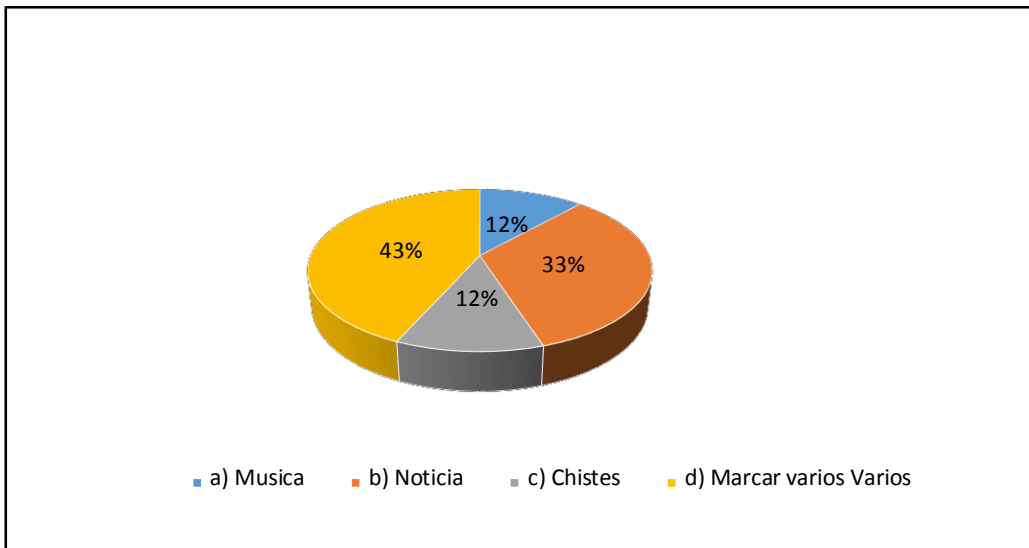


Figura N° 3.

¿Cuáles son los programas radiales que escucha Usted?

El 100% de los estudiantes respondieron el cuestionario que se les proporcionó ¿Cuáles son los programas radiales que escucha usted? El 12% respondieron que escuchan música, el 33% respondieron noticias, el 12% respondieron chistes y el 43% marcó varios. En conclusión, la mayoría de los estudiantes escuchan varios programas; no podemos afirmar que escuchan solo noticias, música o chistes, los jóvenes de hoy escuchan varios programas.

Tabla N°4

¿Existen Practica de ética en los locutores o presentadores de los medios de comunicación?

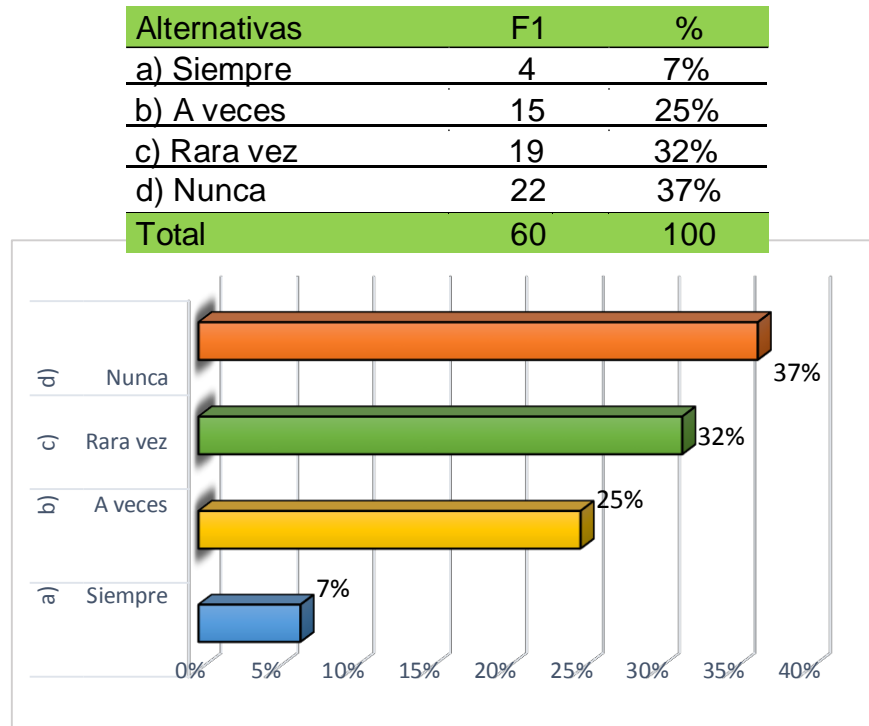


Figura N°4

¿Existe la práctica de ética en los locutores o presentadores de los medios de comunicación?

El 100% de los estudiantes encuestados respondieron el cuestionario que se les proporciono ¿Existe la Practica de ética en los locutores o presentadores de los medios de comunicación? El 37% respondieron nunca, el 32% respondieron rara vez, 25% a veces, el 7% siempre, a diario podemos ver la realidad de los locutores en los medios de comunicación podemos afirmar que hay buenos locutores como malos locutores, en la Provincia de Andahuaylas podemos observar en los locutores de las radios muchas veces se dejan llevar por chantajes o sobornos en ese caso ya no practica la ética, la mayoría de los estudiantes encuestados están de acuerdo que la mayoría de los periodistas no practican la ética profesional.

Tabla N°5

¿Hay pérdida de valores cuando se usa adecuadamente los medios de comunicación?

Alternativas	F1	%
a) Si	8	13%
b) No	23	38%
Total	60	100

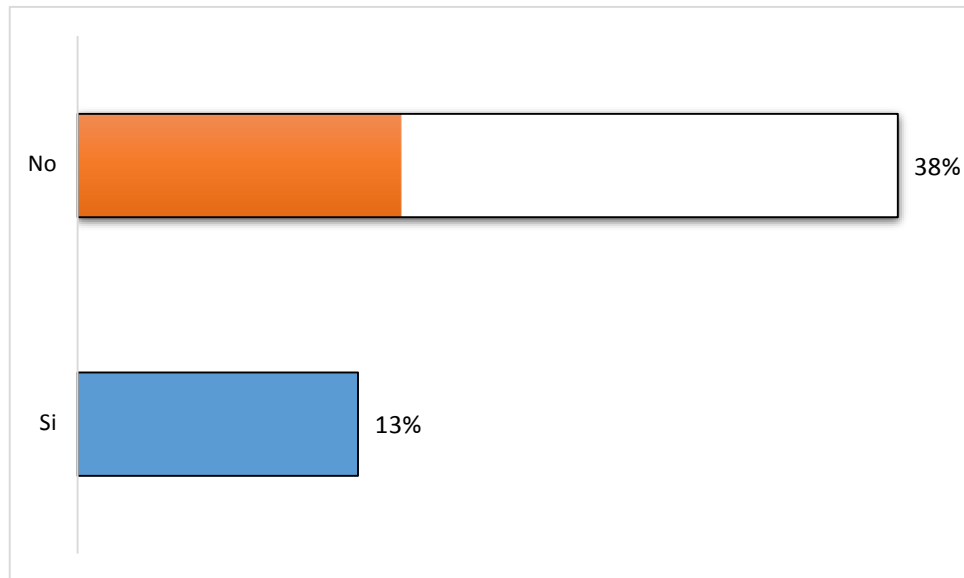


Figura N°5

¿Hay pérdida de valores cuando se usa adecuadamente los medios de comunicación?

Del total de la población de los estudiantes que se les tomo la encuesta ante la pregunta ¿Hay pérdida de valores cuando se usa adecuadamente los medios de comunicación?: el 38% respondieron no, el 13% sí. Sabemos que cuando hay uso adecuado de los medios de comunicación cuando un joven utiliza con responsabilidad o supervisión de los padres no hay pérdida de valores por que no estará en riesgo de sintonizar programas que le inculquen caer en las cosas donde se ve la pérdida de valores, en caso del internet no estará en riesgo de contactarse con personas que les puede influir en ese camino. En conclusión, la mayoría de los estudiantes están de acuerdo que no hay pérdida de valores cuando hay uso adecuado de los medios de comunicación

Tabla N°2.

¿Cómo afectan a los estudiantes las noticias mal informadas en su Comunidad o en la Institución Educativa?

Alternativas	F1	%
a) Problemas familiares	7	8%
b) Problemas en el colegio	12	20%
C Problemas en la comunidad	10	20%
d) varios	31	52%
Total	60	100

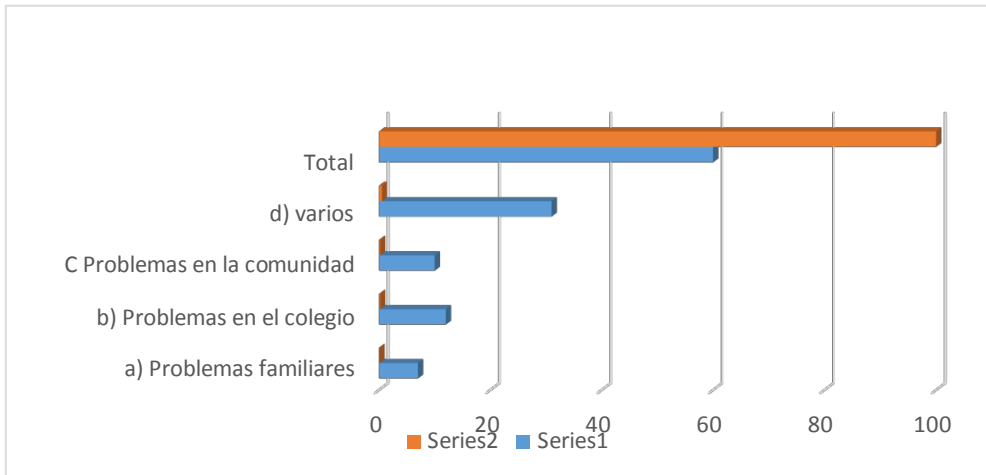


Figura N°6

¿Cómo afectan a los estudiantes las noticias mal informadas en tu comunidad o Institución Educativa?

Del total de la población de los estudiantes que se les tomo la encuesta ante la pregunta: ¿Cómo afectan a los estudiantes las noticias mal informadas en su Comunidad o Institución Educativa?, el 52% marcaron varios, el 20% respondió problemas en la comunidad, el 8% problemas familiares y el 20% problemas en el colegio. Los jóvenes de hoy viven propensos a muchos problemas sociales y familiares por que a diario se ve casos de familias disfuncionales los cuales afecta en el estado emocional del joven por lo cual viven sensibles a pequeños problemas que muchas veces les lleva hasta al suicidio, de la misma manera las noticias mal informadas afectan en el estado emocional si el joven es involucrado en una noticia mal informada. En conclusión, más de la mitad de los jóvenes marcaron varios dejando en claro que afecta en muchos aspectos.

Tabla N° 7

¿Será importante el uso de celulares en el salón?

Alternativas	F1	%
a) No	25	42%
b) a veces	22	37%
c) Rara vez	7	12%
d) Nunca	6	10%
Total	60	100

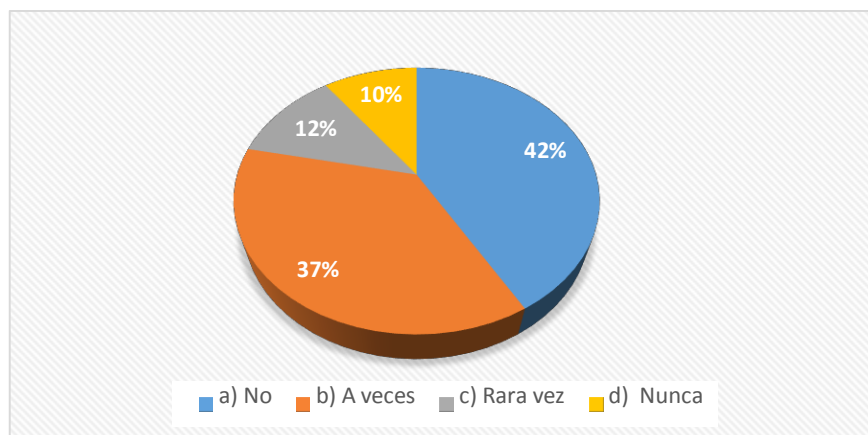


Figura N° 7

¿Seraá importante el uso de celulares en el salón?

Del total de la población de las estudiantes que se les tomo la encuesta ante la pregunta: ¿Sera importante el uso de los celulares en el salón?, el 42% respondieron no, el 37% respondió a veces, el 12% rara vez y el 10% nunca. En conclusión, podemos confirmar hoy en día los estudiantes tienen la tecnología actualizada los celulares muy modernos que en algunos casos dan buen uso y en otras no, En su mayoría los estudiantes están de acuerdo que no es necesario el uso de los celulares en el aula.

Tabla N° 8

¿Alguna vez te dejaste llevar por programas de televisión como los programas de realiti?

Alternativas	F1	%
a) Siempre	7	12%
b) A veces	19	32%
c) Rara vez	12	20%
d) Nunca	22	37%
Total	60	100

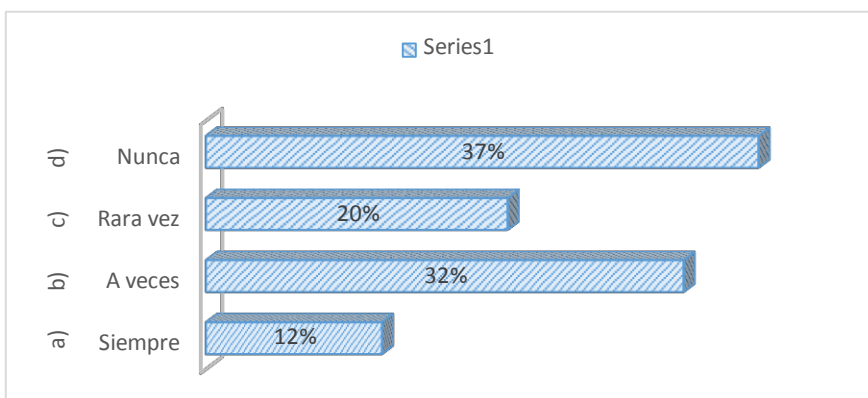


Figura N° 3:

¿Alguna vez te dejaste llevar por programas de televisión como los programas de realiti?

Del total de la población de los estudiantes que se les tomo la encuesta ante la pregunta: ¿Alguna vez te dejaste llevar por programas de televisión como los programas de realiti?, el 37% respondió nunca, el 32% respondió a veces, el 20% rara vez y el 12% siempre. En la actualidad los jóvenes se dejan influir en su mayoría por los programas de realiti ya que los actores de los programas les inculca modas a seguir en su manera de vestir, imitan su forma de actuar de esa manera apartando de su realidad donde viven.

Tabla N° 9

¿Qué programas de la televisión influyen de manera negativa a los jóvenes de hoy?

Alternativas	F1	%
a) Programas de realiti	10	16%
b) Las películas violentas	25	42%
c) Las pornografías	13	22%
d) Programas de farándula	12	20%
Total	60	100

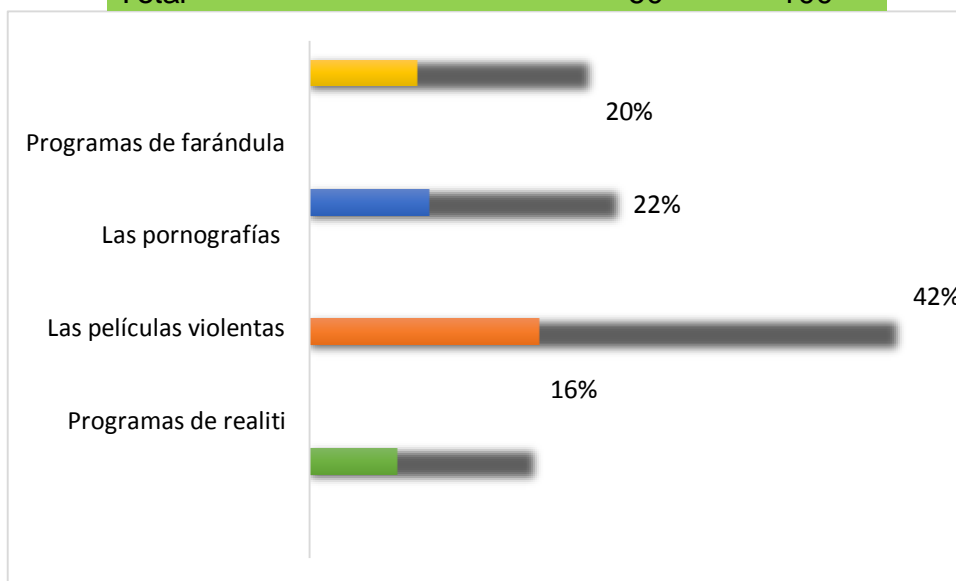


Figura N° 9

¿Qué programas de la televisión influyen de manera negativa a los jóvenes de hoy?

Del total de la población de las estudiantes que se les tomó la encuesta ante la pregunta: ¿Que programas de la televisión influyen de manera negativa a los jóvenes de hoy?, el 42% Las películas violentas, el 22% respondió las pornografías, el 20% programas de farándula y el 16% los programas de realiti. En la actualidad en los programas de televisión se observa programas de farándula, realiti y películas violentas en los horarios familiares, en conclusión, la gran mayoría de los estudiantes encuestados están de acuerdo que los programas mencionados en la televisión influyen de manera negativa en los jóvenes de hoy.

CONCLUSIONES

- Como conclusión general se evidencia que existe uso de los medios de comunicación en los estudiantes de la Institución Educativa "Horacio Zevallos Gámez" cuyos resultados se observan por que el 52% respondió el televisor dándonos a entender que la mayoría se informa por la televisión, el 20% respondió los celulares, el 17% marco varias alternativas y el 12% la radio. En conclusión, la mayoría utiliza todo lo mencionado como medios de comunicación
- Debe rescatarse el nivel de comunicabilidad de la radio a través de su uso educativo hoy en día podemos afirmar evidencia que existe uso de la radio en los estudiantes de la Institución Educativa Horacio Zevallos Gámez "como medio de información en un porcentaje de 33%, por lo cual podemos afirmar que los estudiantes se preocupan en los problemas locales, nacionales que pasa a diario y los estudiantes restantes se ubican que sintonizan música 12%, chistes 12% y el 43% sintoniza varios programas
- como conclusión general una cantidad considerable se observa que el uso de la televisión se ha convertido gradualmente en el medio de comunicación más influyente en el desarrollo de diferentes patrones de comportamiento de las audiencias; los adolescentes han crecido conjuntamente con la evolución del mercado televisivo. Podemos observar que esta relación entre televisión y comportamiento existe porque en muchos casos influye de manera negativa en los estudiantes de la Institución Educativa "Horacio Zevallos Gámez" en un porcentaje de 42% afirman que las películas violentas influyen de manera negativa podemos evidenciar que muchas veces los programas en la televisión influyen de manera negativa como los programas de realiti 16% programas de farándula en 20% las pornografías el 22%.

- como conclusión general el uso del teléfono móvil en los estudiantes de la Institución Educativa " Horacio Cevallos Gámez" no es necesario en el salón en un porcentaje de 42% afirmando que el uso de teléfono móviles en los estudiantes no es necesario, porque consideran como un arma de distracción masiva reconociendo que usan el teléfono para enviar mensajes y correos o escuchar música durante las clases, los estudiantes restantes se ubican en el 37% respondió a veces, el 12% rara vez y el 10% nunca.

RECOMENDACIONES

Es necesario manifestar que más que recomendaciones son sugerencias que se deben tomar en cuenta para el trabajo del tema propuesto-

Poner más atención en el trabajo y orientación de las UGEL con el propósito de que éstas informen adecuadamente a sus docentes sobre el uso adecuado de los medios de comunicación con el objetivo de mejorar los aprendizajes brindados a los estudiantes y la adquisición de capacidades y competencias.

Que en las charlas de formación y asesoramiento se tengan en cuenta la importancia de los medios de comunicación ya que cada institución cuenta con salones de computación para mejorar en el aprendizaje de los estudiantes. Tal vez sea un llamado a la conciencia del profesorado, el cual muchas veces se conforma a lo que ya conoce y nos es capaz de innovar, en todo el sentido de la palabra.

A los docentes actuar como humanos para ser aceptados y detectar las necesidades del grupo para conducir a lograr los objetivos. Esto facilita buenas relaciones.

Facilitar herramientas necesarias para el aprendizaje y atender constantemente sus demandas

A los padres de familia recomendar que deben involucrar a sus hijos en tareas de la vida cotidiana y darle algunas responsabilidades, saber dar tiempo para que los hijos intenten hacer las cosas por sí mismo aun cuando el resultado no sea perfecto, supervisar el uso de los medios de comunicación de sus hijos
A los estudiantes invitarles a que sepan tomar decisiones de acuerdo a la moral.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguaded, J. I. (1999) *Convivir con la televisión. Familia, educación y recepción televisiva.*
- Ramirez Arredondo, P. (1986), *Comunicación social*
- L. Ángel, historia de los medios de comunicación
- A. Abbagnano, (1986) *Historia de la Pedagogía*, Madrid .
- H. Alberti, (2001). *Imágenes críticas de la televisión peruana actual*
- Bohmann, K. (1989), *Medios de comunicación y sistemas informativos*
- Bueno, g. (2002): *telebasura y democracia.* barcelona, ediciones b.
- Herreros Ceberian, M. (2003), *La información en televisión*
- L. Curzio, (2004), "Los medios y la democracia"
- Cabrera, (1971) *Psicología evolutiva del niño y del adolescente.*
- Corominas, A. (1999): *Modelos y medios de comunicación de masas.*
Propuestas educativas en educación en valores.
- Dewey, (2002) *Democracia y educación. Una introducción a la filosofía de la educación*
- Esteinou, J. (2009), "Los medios electrónicos de difusión colectivos Madrid
- Galán Fajardo Elena, historia de los medios de comunicación
- Christlieb Fernández, F. (2002), *La responsabilidad de los medios de comunicación.*
- Huesmann, L. (1998): *La conexión entre la violencia en el cine y la televisión y la violencia real.*
- Ramírez Cuevas, J. (2003), "TV, radio, periódicos, espectáculos, telecomunicaciones.
- López, (2012) *los medios de comunicación, comunicación interpersonal*

- López, R. (1984) Televisión y violencia
- Levis, d. (1999): la pantalla ubicua. comunicación en la sociedad digital.
- Liceras, A. (2004): Los aprendizajes informales. Un difícil equilibrio entre oportunidades y preocupaciones para la enseñanza de las ciencias sociales
- Mota, (2012), el propósito de los medios de comunicación
- Moscovici, (2005) medios de entretenimiento
- Morduchowicz, r. (2001): los medios de comunicación y la educación: un binomio posible. sociedad educadora
- Mejía navarrete, j. (2005). medios de comunicación y violencia. los jóvenes pandilleros de lima.
- Taberero, (2008) medios de comunicación interpersonal
- Revilla, 2008) Distintos tipos de comunicación
- Pereda, (1996) La influencia de los medios de comunicación en los jóvenes
- Postman, N. (1988): La desaparición de la niñez. Barcelona, Círculo de Lectores
- Postman, N. (1994): Tecnópolis: a redención de la cultura a la tecnología. Barcelona, Galaxia Gutenberg
- Planchard, *La Pedagogía Contemporánea*, Coimbra 1978.
- Oteros, (1978 *La educación como rebeldía*, Pamplona 1978.
- Pinker, S. (2003): La tabla rasa. Barcelona, Paidós.
- Yubero, S. (2003): Socialización y aprendizaje social
- Zubieta (coords.), *Psicología Social, cultura y educación*. Madrid, Pearson. pp. 819844

ANEXO

<p><u>Problema General</u> ¿Cómo se evidencia el uso los medios de comunicación en los estudiantes de la Institución Educativa “Horacio Zevallos Gámez”? Huinchos. Andahuaylas - 2016?</p> <p><u>Problema Especifico</u> - ¿Cómo se evidencia el uso de la radio en los estudiantes de la Institución Educativa</p>	<p><u>Objetivo General</u> -Describir Cómo se evidencia el uso los medios de comunicación en los estudiantes de la Institución Educativa “Horacio Zevallos Gámez” Huinchos. Andahuaylas – 2016</p> <p><u>Objetivos Específicos</u> - describir el uso la radio en los estudiantes de la</p>	<p><u>HIPOTESIS GENERAL</u> Se evidencia el uso de los medios de comunicación en los estudiantes de la Institución Educativa “Horacio Zevallos Gámez” Huinchos. Andahuaylas – 2016</p> <p><u>Hipótesis específicos</u></p>	<p><u>Actores del proceso de aprendizaje</u> <u>Docente:</u> - Es quien se dedica profesionalmente a la enseñanza, bien con carácter general, bien especializado en una determinada área de conocimiento asignatura disciplina,</p>	<p><u>Técnica Encuesta:</u> Esta técnica de investigación permite está basada en respuestas orales y/o escritas de una población. El sujeto encuestado no elabora las respuestas, solo identifica la que considera correcta entre un conjunto de respuestas dadas. Esta modalidad permite incluir una</p>	<p><u>Tipo de Investigación:</u> Se le denomina como estudios transversales, de corte, de prevalencia</p> <p><u>Diseño:</u> El diseño de Investigación cuantitativo, descriptivo básico, se llaman así porque se encarga de recopilar, describir la información de las diferentes fuentes</p>
---	---	--	---	--	---

<p>“Horacio Zevallos Gámez”? Huinchos. Andahuaylas – 2016?</p> <p>- ¿Cómo se evidencia el uso de la televisión en los estudiantes de la Institución Educativa “Horacio Zevallos Gámez”? Huinchos. Andahuaylas – 2016?</p> <p>- ¿Cómo se evidencia el</p>	<p>Institución Educativa “Horacio Zevallos Gámez” Huinchos. Andahuaylas – 2016</p> <p>- Describir el uso la televisión en los estudiantes de la Institución Educativa “Horacio Zevallos Gámez” Huinchos. Andahuaylas – 2016</p> <p>- Describir el uso de teléfono móvil en los estudiantes de la Institución Educativa “Horacio</p>	<p>- ¿Se evidencia en la actualidad el uso de la radio en los estudiantes de la Institución Educativa “Horacio Zevallos Gámez” Huinchos Andahuaylas – 2016</p> <p>-Se evidencia en la actualidad el uso de la televisión en los estudiantes de la</p>	<p>ciencia, arte así también de los valores</p> <p>Estudiante. -</p> <p>La palabra estudiante es el término que permite denominar al individuo que se encuentra realizando estudios de nivel medio o superior en una institución académica</p>	<p>gran cantidad de preguntas.</p> <p>Observación: Es un proceso intelectual que requiere un acto de atención, es decir una concentración selectiva de la actividad mental según indicadores previamente establecidos.</p> <p>Instrumentos:</p> <p>Cuestionario: Este instrumento traduce y operacionaliza el problema que es objeto de investigación, se hace a través de una serie de preguntas</p>	<p>que los medios nos permitan.</p> <p>M ----- O</p> <p>Dónde:</p> <p>M =muestra o grupo de sujeto</p> <p>O = Observación o medición</p> <p>Población</p> <p>La población está constituida por 120 estudiantes y 8 docentes de la institución Educativa Horacio Zevallos Gámez que fueron encuestados para describir la</p>
--	---	---	---	--	--

<p>uso de los teléfonos móviles en los estudiantes de la Institución Educativa “Horacio Zevallos Gámez”? Huinchos. Andahuaylas – 2016?</p>	<p>Zevallos Gámez” Huinchos. Andahuaylas – 2016</p>	<p>Institución Educativa “Horacio Zevallos Gámez” Huinchos. Andahuaylas – 2016</p> <p>-Se evidencia el uso del teléfono móvil en los estudiantes de la Institución Educativa “Horacio Zevallos Gámez” Huinchos. Andahuaylas – 2016</p>		<p>escritas que deben responder los sujetos que forman parte de la investigación.</p>	<p>percepción del área de Formación Ciudadana Cívica</p> <p><u>Muestra</u></p> <p>Se empleará el muestreo probabilístico es decir se seleccionará la muestra tomando en cuenta grupos que han sido tomado a azar para la investigación.</p>
--	---	--	--	---	--

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

TÍTULO: ¿LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LOS ESTUDIANTES DE LA INSTITUCION EDUCATIVA “HORACIO ZEVALLOS GAMEZ”? HUINCHOS. ANDAHUAYLAS - 2016.

VARIABLES DE ESTUDIO	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>Los medios de comunicación: Es un instrumento o forma o forma de contenido por el cual se realiza el proceso de comunicación Los medios de comunicación influyen sobre la forma de actuar y de pensar de los estudios, logran modificar la forma en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea</p>	<p>DIMENSIÓN 1: la radio La radio es una tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación de ondas electromagnéticas. Por su alcance electromagnético le era mucho más fácil el poder llegar</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Valora su Idioma materno como medio de comunicación. • Reconoce la importancia de conocer lo que pasa a diario en la sociedad que le rodea
	<p>DIMENSIÓN 2: el teléfono Es un dispositivo diseñado para transmitir por medio de señales eléctricas la conversación entre dos o más personas a la vez en distintos lugares</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sabe la importancia del uso adecuado de los medios de comunicación. • Reflexión de la realidad que vivimos • Reflexión sobre cómo afecta en tu vida espiritualmente
	<p>DIMENSIÓN 3: la televisión El término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación, que busca entretener e informar al televidente con una gran diversidad de programas. La televisión enlaza diversos anuncios que la población utiliza para mantenerse</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica como afecta en su forma de pensar de actuar • Vive en un ambiente de ignorancia. • Valora la salud como cuidado personal.



INSTRUCCIONES.

Lee atentamente las preguntas y habiendo analizado y reflexionado con sinceridad señala las alternativas correctas de acuerdo con cada una de las actitudes que se te proponen.

A) ¿los medios de comunicación que usan los jóvenes con frecuencia son?

- a) los celulares
- b) El televisor
- c) la radio
- d) Marcar varios

B) ¿los medios de comunicación influyen en la conciencia de los jóvenes?

- a) si
- b) No
- c) En algunos caso
- d) Marcar varios

C) ¿Que programas de la televisión influyen de manera negativa a los jóvenes de hoy

- c) Si
- d) No

D) ¿Hay pérdida de valores cuando se usa adecuadamente los medios de comunicación?

- a) Siempre
- b) Veces
- c) Rara vez
- d) Nunca

E) ¿Qué Programa radial sintoniza usted?

- f) Música
- g) Noticia
- h) Chistes
- i) Marcar varios

F) ¿cómo afectan a los estudiantes las noticias mal informadas?

- a) Problemas familiares
- b) problemas en el colegio
- c) problemas en la comunidad
- d) marcar varios

G) ¿Alguna vez te dejaste llevar por programas de televisión como los programas de realiti?

- a) siempre
- b) A veces
- c) Rara vez
- d) Nunca

H) ¿Sera importante el uso de celulares en el salón?

- a) No
- b) A veces
- c) Rara vez
- d) Nunca







