Universidad Nacional De San Agustín De Arequipa

Escuela de Posgrado

Unidad de Posgrado

Facultad de Ciencias de la Educación

RELACIÓN ENTRE EL USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y EL RENDIMIENTO ACADÉMICO EN LOS ESTUDIANTES DEL PRIMER SEMESTRE DE LA CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL DE LA UNIVERSIDAD SAN MARTÍN DE PORRES FILIAL AREQUIPA, 2018

Tesis presentada por el bachiller:

ARAMBULO DUEÑAS WILMER NAZARIO

Para optar el Grado Académico de Maestro en Ciencias: Educación con mención en Educación Superior

Asesora: Dra. Olga Melina Alejandro Oviedo

Arequipa – Perú

2019

DEDICATORIA

Es mi deseo como sencillo gesto de gratitud, dedicarle mi humilde trabajo de investigación en primer lugar a DIOS, por haber dirigido mis pasos por sendas de amor y a mi comunidad por sus oraciones.

A todos los que me apoyaron para escribir y concluir esta tesis.

Wilmer

AGRADECIMIENTO

A los docentes de la Universidad Nacional de San Agustín, que me han acompañado en mi formación continua como maestro, brindándome siempre su orientación con profesionalismo ético en la adquisición de conocimientos y afianzando mi formación profesional.

Wilmer

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo; determinar la relación entre el uso de los medios de comunicación social y el rendimiento académico en los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de ingeniería industrial de la Universidad San Martin de Porres Filial Arequipa, 2018; se utilizó el enfoque cuantitativo, el tipo de investigación descriptivo con un diseño correlacional, se tomó como población a los estudiantes del primer semestre de la carrera de ingeniería industrial de la Universidad San Martin de Porres Filial Sur, evaluando las variables medios de comunicación social a través de las dimensiones medios impresos, sonoros, visuales, audiovisuales y medios multi mediáticos; y la variable rendimiento académico a través de las dimensiones asignatura de realidad nacional e introducción a la ingeniería; para la medición de la variable medios de comunicación social se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, para la variable rendimiento académico se utilizó la técnica de la observación y como instrumento en análisis de contenido de las actas de evaluación; planteándonos como hipótesis; existe relación entre el uso de los medios de comunicación social y el rendimiento académico en los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de ingeniería industrial de la Universidad San Martin de Porres Filial Arequipa; llegando a la conclusión que existe relación significativa y directa entre las variables uso de medios y rendimiento académico de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres; puesto que el p valor calculado es menor que el nivel de significancia o riesgo (0,000<0.05). por lo tanto se comprueba la hipotesis

Palabras clave: medios de comunicación social, rendimiento académico

ABSTRACT

The present investigation had like objective; Determining the relation between the use of the media social and the academic achievement in the students of the first semester of the business career of industrial engineering of Porres Filial Arequipa's Universidad Saint Martin Martin, 2018; It was used the quantitative focus, the descriptive type of investigation with a design correlacional, was taken as population to the students of the first semester of the race of industrial engineering of the Universidad Saint Martin Martin of Porres Filial Sur, evaluating variables news media social through the dimensions half a forms, resounding, visual, audiovisual half a media multi; And the variable academic achievement through dimensions subject of study of national reality and introduction to engineering; For the measurement of the variable news media social the technique of the opinion poll was used and like instrument the questionnaire, for the variable academic achievement the technique of the observation was used and as I orchestrate in analysis of content of the minutes of evaluation; Putting us forward like hypothesis; There is relation between the use of the media social and the academic achievement in the students of the first semester of the business career of industrial engineering of Porres Filial Arequipa's Universidad Saint Martin Martin; Coming to the conclusion that there is significant and direct relation between the variables use of means and academic achievement of the students of the first semester of the business career of Industrial Engineering of the Saint Martin's University of Porres; Since the p cheer up calculated is younger than the level of significance or risk (0,000<0.05). Therefore the hypothesis is checked

Keywords: News media social, academic achievement

ÍNDICE

Portada i
Dedicatoria ii
Agradecimiento iii
Resumen iv
Abstract..... v
Índice vi

CAPÍTULO I

MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y EN EL RENDIMIENTO ACADÉMICO

1.1. Medios de comunicación 01
1.1.1. Fines de los medios de comunicación ……..... 03
1.1.2. Medios de Comunicación masiva ….. 04
1.1.3. Internet……. 12
1.1.4. Clasificación de las redes de comunicación. 14
1.1.5. La televisión…… ……. 15
1.1.5.1. El adolescente y la televisión…. 19
1.1.6. La radio…… ……. 23
1.1.7. La prensa…… ……. 27
1.1.8. Los nuevos medios de comunicación masiva…… ……. 27
1.1.9. La ética de la comunicación…… ……..... 33
1.1.9.1. Objetivos de la ética de comunicación …… ……. 35
1.1.9.2. La persona como núcleo de la ética de la comunicación…… 36
1.1.10. El poder de los medios de comunicación …..... 37
1.1.11. Principios para la comunicación al servicio de la persona……..39
1.2. Rendimiento académico……. 39
1.2.1. Definición de rendimiento académico……. 39
1.2.2. Características del rendimiento académico …..... 41
1.2.3. Factores que influyen en el rendimiento …..... 43
1.2.3.1. Factores endógenos …..... 50

1.2.3.2. Factores exógenos 52
1.2.4. Evaluación del rendimiento académico 53
1.2.5. Pautas de actuación para mejorar el rendimiento académico 54
1.2.6. Riesgo académico 56
1.2.7. Importancia del rendimiento académico 56
1.2.8. Evaluación y universidad 57
1.2.9. Significad de la evaluación en la universidad..... 58

CAPITULO II
MARCO METODOLÓGICO

2.1. Planteamiento del problema. 60
2.2. Justificación 61
2.3. Interrogantes 62
2.3.1. Interrogante general. 62
2.3.2. Interrogantes específicas.. 62
2.4. Objetivos.. 63
2.4.1. Objetivos general 63
2.4.2. objetivos específicos 63
2.5. Hipótesis 63
2.6. Variables e indicadores 64
2.6.1. Operacionalización de variables..... 65
2.7. Metodología 66
2.8. Población 66
2.9. Técnicas para el análisis de datos 67
2.10. Presentación de los resultados 67
2.11. Análisis y tabulación de resultados 68
2.11.1. Cuestionario aplicado a los estudiantes..... 68
2.11.2. Rendimiento académico 80

CAPÍTULO III

PROPUESTA DE SOLUCIÓN CHARLAS DE CAPACITACIÓN SOBRE EL CORRECTO USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

3.1. Fundamentación……. 89
3.2. Objetivos …….. 90
3.2.1. Objetivos generales …. 90
3.2.1. Objetivos específicos …… 90
3.2. Descripción de la propuesta …… 90
3.4. Actividades por desarrollar …. 91
3.5. Evaluación… …. 92
3.6. Material de consulta de la propuesta … 93

Conclusiones
Sugerencias
Bibliográficas
Anexos

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación, son una de las maneras más eficaces y rápidas de transmitir un mensaje, son un vehículo mediante el cual los diferentes poderes de la sociedad pueden ser escuchados. El propósito principal de los medios de comunicación masiva (prensa, revistas, noticieros de radio y televisión, cine, páginas web) es, precisamente, comunicar, pero según su tipo de ideología pueden especializarse en; informar, educar, transmitir, entretener, formar, opinar, enseñar, etc.

Ante el papel que juegan los medios de comunicación en los diferentes ámbitos de nuestra sociedad la presente investigación pretendió dar a conocer el uso de estos medios de comunicación se relacionan con el rendimiento académico en los estudiantes; la cual se encuentra estructurada de la siguiente manera:

En el capítulo I se encuentra el referente teórico con los principales lineamientos los cuales dan el sustento teórico a nuestra investigación como: definiciones de los medios de comunicación, fines, tipos de medios como impresos, sonoros, medios visuales y audiovisuales, los medios mediáticos y las definiciones de rendimiento académico, tipos de rendimiento, factores que causan el bajo rendimiento, etc.

En el segundo capítulo se encuentra la metodología de la investigación a través de la justificación de la investigación, planteamiento del problema, formulación del problema general y específicos, objetivos, hipótesis variables e indicadores, población y muestra de estudio, las técnicas e instrumentos de recolección de datos y el análisis tabulación e interpretación de resultados.

En el tercer capítulo III presentamos una propuesta de solución la cual está dirigida a solucionar el problema observado del mal uso de los medios de comunicación en los estudiantes del primer semestre de la carrera de ingeniería industrial.

Finalmente, se concretan las conclusiones y se plantean las sugerencias a las que se llegó. Se concluye con los anexos, y algunas evidencias de la investigación realizada.

Consciente de las limitaciones que podría observarse en el presente trabajo, así como de los errores involuntarios cometidos, esperamos su comprensión debida frente a la voluntad e iniciativa que he puesto en este trabajo de investigación

EL AUTOR

CAPÍTULO I

MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y RENDIMIENTO ACADÉMICO

1.1. Medios de comunicación

Por primera vez, en la era de los medios de comunicación, los niños son confrontados masivamente y a diario, trascendiendo los límites de clases sociales, regiones y naciones, con símbolos, opiniones y estilos de vida, que superan ampliamente lo que pueden transmitirles padres, educadores y maestros.

La vida académica de los estudiantes ha cambiado a una dimensión diferente desde la introducción de estos, las redes de medios y varios estudios han afirmado que las redes sociales desempeñan un papel importante en estudiantes de educación superior, incluido el estudio realizado por Wheeler, Yeomans y Wheeler, (2008). En su estudio, reconocieron cuatro ventajas principales del uso de los medios sociales por parte de los estudiantes de educación superior, que incluyen; mejorar la relación, mejorar la motivación de aprendizaje, ofrecer material de curso personalizado, y desarrollando

habilidades colaborativas. De hecho, las redes sociales han contribuido enormemente a facilitar Aprendizaje en el siglo XXI. Se muestra que un mayor porcentaje de estudiantes, incluidos los del nivel de doctorado suele utilizar las redes sociales para mejorar sus estudios (Khan, 2010)

Las respuestas a las causas de los estudios flexibles actuales en todo el mundo podrían no ser inverosímiles de la gran contribución que las plataformas de medios sociales están proporcionando cuando se utilizan con criterio. Sin embargo, ha habido otra escuela de pensamiento que afirma que los medios sociales son una molestia a la vida académica de los estudiantes, como Kuppuswamy y Shankar (2010), quienes argumentaron en su estudio que las redes sociales distraen la atención y concentración de los estudiantes hacia el aprendizaje y lo convierte en actividades no educativas tales como conversaciones inútiles e innecesarias, allí se han realizado varios estudios posteriores cuyos hallazgos son contrarios a esta afirmación. por ejemplo, el estudio realizado por Jain, Verma, Verma y Tiwari (2012), titulado “El impacto de Las redes sociales para promover la educación "revelaron que los estudiantes se benefician al chatear con otros alumnos, profesores y fuentes externas para adquirir conocimientos. Además, Yunus y Salehi (2012), argumentaron en la misma dirección en que los estudiantes adquirieron más vocabulario, mejoraron sus habilidades de escritura y redujo sus errores de ortografía a través del uso de redes sociales. De hecho, como herramienta educativa, las redes sociales enriquecen el aprendizaje al proporcionar tanto a estudiantes como a profesores la oportunidad de conectarse de formas nuevas y muy interesantes, fomentando así el modo flexible de aprendizaje. Se afirma que el aprendizaje flexible expande la elección sobre qué, cuándo y cómo las personas aprenden. Es compatible con diferentes estilos de aprendizaje, incluido el aprendizaje electrónico, que es altamente patrocinado en todo el mundo (Pappas, 2013). Otros eruditos, en su estudio también reveló que los medios sociales benefician a los estudiantes al conectarse entre ellos en tareas y proyectos de clase se refuerza aún más en el estudio de Arquero y Esteban, (2013) y Selwyn, (2007), cuyas conclusiones fueron que las redes sociales sin duda generan nuevas oportunidades para involucrar a los estudiantes en educación superior, ya que son muy eficaces para conectar a las personas y facilitar el intercambio de información. Es claro e indiscutible de estos estudios

que el uso de las redes sociales en el sector educativo no puede ser subestimado desde su introducción.

1.1.1. Fines de los medios de comunicación

Los medios de comunicación masiva son comunicaciones, ya sean escritas, transmitidas o habladas, que llegan a una gran audiencia. Esto incluye televisión, radio, publicidad, películas, Internet, periódicos, revistas, etc. Los medios de comunicación son una fuerza significativa en la cultura moderna, particularmente en América. Los sociólogos se refieren a esto como una cultura mediada donde los medios reflejan y crean la cultura. Las comunidades y los individuos son bombardeados constantemente con mensajes de una multitud de fuentes que incluyen televisión, carteles y revistas, por nombrar algunas. Estos mensajes no solo promueven productos, sino también estados de ánimo, actitudes y un sentido de lo que es y no es importante. Los medios de comunicación de masas hacen posible el concepto de celebridad: sin la capacidad de las películas, las revistas y los medios de comunicación para llegar a lo largo de miles de kilómetros, la gente no podría ser famosa. De hecho, solo los líderes políticos y empresariales, así como los pocos proscritos notorios, fueron famosos en el pasado. Solo en los últimos tiempos los actores, cantantes y otras elites sociales se han convertido en celebridades o "estrellas".

El hombre no vive como un ser aislado, sino que forma parte de conglomerados sociales, donde tiene la necesidad de expresar sus ideas y sentimientos, así como conocer el pensamiento y emociones de los demás.

Por lo tanto, la existencia depende de la comunicación, en lo físico como en lo social. El hombre también usa esta forma de comunicación, pero agrega una más; el lenguaje que le da categoría humano (Wolf, 2004)

Las personas se interesan en comunicarse de forma eficiente y efectiva, se necesita para la capacidad de ser comprendidos y de comprender a los demás. Una buena comunicación inclina a ser tolerantes con los defectos ajenos y a convivir en un mundo más humanizado. La comunicación, en fin, es la llave de la vida y de la sociedad moderna.

Esto lleva a reflexionar sobre el hecho de que la comunicación es importante para todas las personas, desde cualquier situación en que éstas se

desempeñen, ya sea como estudiantes, miembros de una familia o comunidad, socios de una organización o empleados de una empresa. La comunicación es una parte decisiva para el éxito del trabajo dentro de cualquier organización.

Dentro del marco de la sociedad, los medios de comunicación juegan un papel fundamental y se constituyen en piezas estratégicas para desarrollar la justicia y el bienestar social de ésta, además de ser utilizados para lograr objetivos, intereses e implementar ideas, sobre la realidad que le conviene al sistema posesionar en la mente de los miembros de la sociedad.

La noticia se maneja como las armas, quien posee los medios posee las armas. Lo que es noticia, existe, y lo que no, como si no lo hiciera. Así, el fin de los medios de comunicación es la adaptación al orden establecido. Para ello dispone cada día de más medio técnicos, selecciona y filtra la información, de manera que de algunos personajes recibimos verdaderos aluviones de información, y de otras personas no sabemos nada. Si algunos no de éstos mueren de forma natural, no se hablará de otra cosa en varios días, mientras que si cada día mueren miles de personas comunes tendrán suerte si consiguen unas líneas o imágenes. (Rico, 2003)

1.1.2. Medios de comunicación masiva

Más allá de las complejidades definidas en los estudios de los medios de comunicación y sus diversos efectos en la condición humana, existe una línea de bajo de simplicidad, esencial para la supervivencia y el avance de nosotros como personas colectivas; El deseo individual de ser escuchado. Si bien este concepto se puede delinear y diseccionar en un nivel académico hasta un grado casi infinito, proviene de un lugar muy básico, incluso en una edad tan avanzada. Tras la evolución general de nuestras tecnologías de medios masivos, muchos están contentos con la dirección que han tomado nuestros medios, confiados en la idea de que ellos, como la audiencia, dictan de alguna manera lo que las corporaciones eligen presentarles, mientras se les excluye del verdadero proceso. A lo largo de la historia de los medios de comunicación, a la persona común nunca se les ha garantizado el acceso a estas herramientas influyentes, a menudo pasadas por alto a favor de la élite.

La comunicación juega un papel de suma importancia dentro de la sociedad en general ya que la misma tiene que ver con la forma como los

individuos interactúan.

Uno de los elementos más representativos de la evolución tecnológica está en los medios de comunicación masivos los mismos han logrado evolucionar con el pasar del tiempo en todos lados se puede visualizar el avance de estos. Los medios de comunicación social se clasifican en: medios impresos, medios sonoros, medios visuales y medios audio visuales dichos medios de comunicación ejercen una poderosa influencia en la sociedad; estos son llamados medios de comunicación masiva y los más importantes son sin duda la prensa, la radio, la televisión, el internet y el cine. (MEC, 2011)

El nivel actual de saturación de medios no siempre ha existido. Tan recientemente como en los años sesenta y setenta, la televisión, por ejemplo, consistía principalmente en tres redes, transmisión pública y algunas estaciones locales independientes. Estos canales dirigían su programación principalmente a familias de dos padres y de clase media. Aun así, algunos hogares de clase media ni siquiera tenían televisión. Hoy en día, uno puede encontrar un televisor en los hogares más pobres y varios televisores en la mayoría de los hogares de clase media. No solo ha aumentado la disponibilidad, sino que la programación es cada vez más diversa, con programas destinados a complacer a todas las edades, ingresos, antecedentes y actitudes. Esta amplia disponibilidad y exposición convierten a la televisión en el foco principal de la mayoría de las discusiones en los medios de comunicación. Más recientemente, Internet ha incrementado su función de manera exponencial a medida que más empresas y hogares "firman". ¿Qué papel juegan los medios de comunicación? Legislaturas, ejecutivos de los medios de comunicación, funcionarios escolares locales y sociólogos han debatido esta cuestión controvertida. Si bien las opiniones varían en cuanto al grado y el tipo de influencia que ejercen los medios de comunicación de masas, todas las partes están de acuerdo en que los medios de comunicación de masas son una parte permanente de la cultura moderna. Existen tres perspectivas sociológicas principales sobre el papel de los medios: la teoría de los efectos limitados, la teoría de la clase dominante y la teoría culturalista.

La teoría de los efectos limitados argumenta que, dado que las personas generalmente eligen qué ver o leer según lo que ya creen, los medios de comunicación ejercen una influencia insignificante. Esta teoría se originó y fue probada en las décadas de 1940 y 1950. Los estudios que examinaron la capacidad de los medios para influir en la votación encontraron que las personas bien informadas confían más en la experiencia personal, el conocimiento previo y su propio razonamiento. Sin embargo, es más probable que los "expertos" de los medios influyeran en aquellos que estaban menos informados. Los críticos señalan dos problemas con esta perspectiva. En primer lugar, afirman que la teoría de los efectos limitados ignora el papel de los medios en la definición y limitación de la discusión y el debate de los temas. Cómo los medios de comunicación enmarcan el debate y qué preguntas hacen los miembros de los medios de comunicación cambia el resultado de la discusión y las posibles conclusiones que las personas pueden sacar.

Los medios de comunicación masiva son una de las maneras más eficaces y rápidas de transmitir un mensaje son un vehículo mediante el cual los diferentes poderes de la sociedad pueden ser escuchados el propósito principal de los medios de comunicación masiva es precisamente comunicar, pero según el tipo de ideología pueden especializarse en informar, educar, transmitir, entretener, formar, opinar enseñar etc. Son una herramienta, que permiten mantener a todo el mundo informado de lo que pasa a nivel nacional o internacional. Se trata de canales que entregan información, noticias e imágenes sobre cómo es el mundo en que vivimos. En las sociedades modernas, que necesitan estar en constante contacto y enteradas de todo lo que sucede, los medios de comunicación son fundamentales. Se cree que no se podría vivir de la misma manera que lo hacemos sin los medios de comunicación Los medios son un poderoso instrumento de socialización, tanto o más poderoso que la familia, la escuela o el trabajo, porque forman los sentimientos y las creencias, entrenan los sentidos y ayudan a formar la imaginación social. Llegan a las personas a través de la vista (imágenes), el oído (sonidos, melodías) o de ambos (televisión, películas, videos), en combinaciones muy atractivas y envolventes. (Musitu y Castillo, 2003)

Los medios de comunicación masiva, y con más influencia al público son la prensa, la radio, la televisión y en el último tiempo se ha integrado a este grupo el internet. Entre estos medios se ha formado una jerarquía. Un ejemplo con una noticia cualquiera es que: la radio cuenta la noticia, la televisión la muestra, la prensa la comenta e internet presenta las alternativas de interpretación no oficiales. Con lo que se demuestra que los medios de comunicación masiva se complementan entre ellos y tienen cada vez más influencia en la vida como formadores culturales y determinan parte de las ideas, hábitos y costumbres, debido a que muestran a diario lo que es el estilo de vida actual.

A través de películas, telenovelas, documentales, noticias, se representa lo que se considera un modelo ejemplar, mostrando como hay que ser y actuar, y como critica a estos medios de comunicación masiva de hacer de la violencia algo cotidiano y normal en la sociedad, des-culturizar con programación sin importancia, en la televisión y en la radio, y artículos en la prensa, desintegrar la unidad familiar y de manipular el pensamiento del público con ideas políticas, económicas, entre otros problemas creando una barrera que impida el acceso a la realidad dándonos una visión de un mundo falso de fantasías escapistas o por la propaganda. (Cabero, 1992)

Por otra parte es importante definir o explicar el concepto de "masa" como una agrupación colectiva transitoria que se caracteriza por una nula o casi nula interacción entre sus miembros, donde no están reunidos físicamente en ningún lugar, pero se encuentran sometidos a un mismo estímulo que proporcionan los medios de comunicación donde las personas se conectan en una misma visión y la función principal es crear en ellos un solo pensamiento en beneficio de los que se anuncian o de los mismos medios de comunicación . La reacción de las masas puede ser o no racional y es posible que la reacción de cada uno de sus miembros ante un mismo estímulo no sea uniforme. A partir de este concepto de "masa", es posible definir a los medios de comunicación de masas como aquellos medios de comunicación que están dirigidos a este tipo de público en particular.

En la comunicación de masas intervienen los elementos mencionados

en el proceso de comunicación: emisor-mensaje-canal-retroalimentación y ruido. Su diferencia con la comunicación artificial como canal transmisor del mensaje. El proceso de comunicación masiva define y ubica los roles categóricos del comunicador y del receptor; reduce o elimina a dimensión de las relaciones interpersonales en el proceso de comunicación y tiende a separar a los individuos de su entorno sociocultural tradicional. El emisor o fuente en el proceso de comunicación masiva suele estar bien identificado, ya que es posible conocer a quien emite, codifica o envía el mensaje; en cambio, el receptor o audiencia, según la teoría clásica, es anónimo, heterogéneo, disperso geográficamente y pasivo, ya que no tiene capacidad de retroalimentación o es muy ilimitada. (Corominas, 2004)

Los medios de comunicación masiva (periódicos, revistas, noticieros de radio y televisión, páginas Web), son instrumentos fundamentales de diseminación de información, de educación y de cambios en las culturas y prácticas sociales de cualquier país o nación. Su función es sumamente delicada y sus alcances y consecuencias pueden ser el principio de un cambio positivo o negativo o generar la pauta para un avance ya que dichos medios se convierten en franjas compuestas , dispuestas a ofrecer al público lo que quiere escuchar se mantienen en un rango que les permita mantenerse vigentes al gusto de los consumidores influyendo mayormente en la cultura creando comportamientos de imitación a través de la moda, música , lenguaje y servicios que los mismos ofrecen como los programas de entretenimiento, la telefonía , el internet. Sabiendo que cada una de las personas qué hacen uso de ellos se convierten en excelentes imitadores y se va creando un habito de acuerdo al modelo de aprendizaje que recibimos a diario e incluso se puede llegar a imitar la violencia que se ve en la televisión o el internet.

En el ámbito de la comunicación masiva podemos distinguir dos modelos básicos: el que pone su énfasis en el emisor y el que propugna por una relación dialéctica entre emisor y receptor de tal manera que ambos pueden ser alternativamente emisores y receptores. (Corominas, 2004)

- **Teoría de los efectos limitados**

Lazarsfeld (1922) Autor de la teoría de los efectos limitados argumenta que, dado que las personas generalmente eligen qué ver o leer según lo que ya creen, los medios de comunicación ejercen una influencia insignificante. Esta teoría se originó y fue probada en las décadas de 1940 y 1950. Los estudios que examinaron la capacidad de los medios para influir en la votación encontraron que las personas bien informadas confían más en la experiencia personal, el conocimiento previo y su propio razonamiento. Sin embargo, es más probable que los "expertos" de los medios influyeran en aquellos que estaban menos informados. Los críticos señalan dos problemas con esta perspectiva. En primer lugar, afirman que la teoría de los efectos limitados ignora el papel de los medios en la definición y limitación de la discusión y el debate de los temas. Cómo los medios de comunicación enmarcan el debate y qué preguntas hacen los miembros de los medios de comunicación cambia el resultado de la discusión y las posibles conclusiones que las personas pueden sacar.

- **Teoría de la clase dominante**

Goran Therborn. (2000) La teoría de la clase dominante sostiene que los medios de comunicación reflejan y proyectan la visión de una élite minoritaria que la controla. Aquellas personas que poseen y controlan las corporaciones que producen medios de comunicación forman esta élite. Los defensores de este punto de vista se preocupan particularmente por las fusiones corporativas masivas de organizaciones de medios, que limitan la competencia y ponen a las grandes empresas en las riendas de los medios, especialmente los medios de comunicación. Su preocupación es que cuando la propiedad está restringida, algunas personas tienen la capacidad de manipular lo que la gente puede ver o escuchar. Por ejemplo, los propietarios pueden evitar o silenciar fácilmente las historias que exponen un comportamiento corporativo poco ético o responsabilizan a las empresas por sus acciones.

El tema del patrocinio se suma a este problema. Fondos publicitarios financian la mayoría de los medios. Las redes apuntan la programación a la mayor audiencia posible porque, cuanto más amplio es el atractivo, mayor es la audiencia de compra potencial y más fácil es vender el tiempo de emisión a los

anunciantes. Por lo tanto, las organizaciones de noticias pueden rehuir historias negativas sobre corporaciones (especialmente corporaciones matrices) que financian grandes campañas publicitarias en sus periódicos o estaciones. Las cadenas de televisión que recibieron millones de dólares en publicidad de compañías como Nike y otros fabricantes de textiles publicaron en sus noticieros noticias sobre posibles violaciones de derechos humanos por parte de estas compañías en países extranjeros. Los observadores de los medios identifican el mismo problema a nivel local, donde los periódicos de la ciudad no dan reseñas de autos nuevos o publican historias sobre la venta de una casa sin un agente porque la mayoría de sus fondos proviene de la publicidad de automóviles y bienes raíces. Esta influencia también se extiende a la programación. En la década de 1990, una red canceló un drama de corta duración con claros sentimientos religiosos. *Christy,* porque, aunque era muy popular y amada en la América rural, el programa no calificaba bien entre los habitantes de las ciudades jóvenes que los anunciantes apuntaban a los anuncios. Los críticos de esta teoría contrarrestan estos argumentos diciendo que el control local de los medios de comunicación en gran medida se encuentra fuera del alcance de las grandes oficinas corporativas en otros lugares, y que la calidad de las noticias depende de los buenos periodistas. Sostienen que los menos poderosos y que no controlan los medios a menudo han recibido una cobertura mediática completa y un apoyo posterior. Como ejemplos, nombran numerosas causas ambientales, el movimiento antinuclear, el movimiento anti Vietnam y el movimiento pro-Guerra del Golfo. Si bien la mayoría de las personas argumentan que una élite corporativa controla los medios de comunicación, una variación de este enfoque sostiene que una élite políticamente "liberal" controla los medios de comunicación. Señalan el hecho de que los periodistas, al ser más educados que la población en general, tienen opiniones políticas más liberales, se consideran "de izquierda" y tienen más probabilidades de registrarse como demócratas. Además, señalan ejemplos de los propios medios y la realidad estadística de que los medios a menudo etiquetan a los comentaristas o políticos conservadores como "conservadores" que a los liberales como "liberales".

El lenguaje de los medios también puede ser revelador. Los medios usan los términos "arco" o "ultra" conservadores, pero rara vez o nunca los términos "arco" o "ultra" liberal. Aquellos que argumentan que una élite política controla los medios de comunicación también señalan que los movimientos que han ganado la atención de los medios (el medio ambiente, el antinuclear y el anti Vietnam) generalmente apoyan los asuntos políticos liberales. Las cuestiones políticas predominantemente conservadoras aún no han ganado la atención de los medios de comunicación prominente, o se han opuesto a los medios de comunicación. Los defensores de este punto de vista apuntan a la Iniciativa de Armas Estratégicas de la administración Reagan de los años ochenta. Los medios caracterizaron rápidamente el programa de defensa como "Star Wars", que lo vincula a una fantasía costosa. El público no lo apoyó y el programa no recibió financiamiento ni apoyo del Congreso.

- **Teoría culturalista**

Lozano (1996) La teoría culturalista, desarrollada en los años 80 y 90, combina las otras dos teorías y afirma que las personas interactúan con los medios para crear sus propios significados a partir de las imágenes y los mensajes que reciben. Esta teoría considera que las audiencias desempeñan un papel activo en lugar de pasivo en relación con los medios de comunicación. Una línea de investigación se centra en las audiencias y cómo interactúan con los medios de comunicación; la otra línea de investigación se centra en aquellos que producen los medios de comunicación, en particular las noticias. Los teóricos enfatizan que las audiencias eligen qué ver entre una amplia gama de opciones, eligen cuánto ver, y pueden elegir el botón de silencio o el control remoto de la videograbadora sobre la programación seleccionada por la red o la estación de cable. Estudios de medios de comunicación de masas realizados por sociólogos, investigación paralela de lectura e interpretación de textos completada por lingüistas (personas que estudian el idioma). Ambos grupos de investigadores encuentran que cuando las personas se acercan al material, ya sea texto escrito o imágenes y mensajes de medios, interpretan ese material en función de sus propios conocimientos y experiencias.

Por lo tanto, cuando los investigadores piden a diferentes grupos que

expliquen el significado de una canción o video en particular, los grupos producen interpretaciones ampliamente divergentes basadas en la edad, el género, la raza, el origen étnico y el origen religioso**.**

1.1.3. Internet

La palabra Internet emana de las palabras "Red de conexión a Internet" (Greenfield, 1999), conectando computadoras de todo el mundo mediante el uso de un estándar protocolo. Se cree que las características distintivas de Internet, como la velocidad, accesibilidad, intensidad y estimulación de su contenido, contribuyen a IA (Greenfield, 1999). Además, Chou (2001) indicó que las funciones de Internet más apreciadas, incluyó interactividad, simplicidad, disponibilidad e información abundante y actualizada. De hecho, el atractivo de Internet ha aumentado como resultado de su disponibilidad, accesibilidad, y asequibilidad. El desarrollo de interfaces más amigables proporciona a los usuarios con un acceso más fácil y cómodo. Young (1998), concluyó que las funciones interactivas de aplicaciones específicas de Internet influyen en los escolares, no en la propia Internet.

La Internet se puede definir como una “red informática internacional de información” disponible para el público a través de enlaces de módem, por lo que Internet es un sistema mundial de computadoras vinculadas redes (Awais, Bilal, Usman, Waqas & Sehrish, 2007). Internet es uno de los profundos innovaciones contemporáneas en el mundo de la tecnología de la información. Se ha reducido el vasto mundo a una "aldea global" sofisticada (McLuhan, 1964). Internet juega un papel muy importante en el campo de la educación. La comunidad académica tiene experimentado una profunda transformación durante estos años, asumiendo nuevas dimensiones influenciadas por aplicaciones impulsadas por la tecnología. Internet es una fuente inestimable de información para estudiantes y una herramienta para mejorar su productividad (Jones 2002; Metzger, Flanagin & Zwarun 2003; Kirschner y Karpinski 2010. Esto ha hecho que los estudiantes sean grandes usuarios de Internet en comparación con el público general (Jones 2002; Choi, Son, Park, Han, Kim, Lee y Gwak, 2009; Ni, Yan, Chen, y Liu, (2009); Judd y Kennedy 2010).

Según Jones (2002), el 86% de los estudiantes universitarios en los Estados Unidos son usuarios de Internet en comparación con solo el 59% de la población estadounidense general. Internet proporciona una serie de herramientas poderosas que pueden ayudar a transformar el presente aislados, centrados en el profesor y en las aulas encuadernadas en libros de texto, en ricos, centrados en los estudiantes interactivos entorno de conocimiento. Internet se describió como un "mar de información", que contiene textos que no se encuentran entre las paredes de la biblioteca y la librería y las áreas temáticas abarcan todos los campos de conocimiento, informaron algunos beneficios del acceso a Internet para estudiantes universitarios. Indicaron que el uso de internet tiene un impacto positivo en la educación al aumentar comunicación con compañeros y profesores, aumentando el acceso a bibliotecas y centros educativos. Bases de datos, y mejora de horas de estudio y hábitos de estudio a pesar del impacto positivo de internet en el rendimiento académico, los resultados de la investigación han demostrado que el uso excesivo de Internet afecta negativamente la salud física, la vida familiar y rendimiento académico (Akhter, 2013).

Problemas académicos relacionados incluyen disminución en el estudio. hábitos, drástica caída en las calificaciones, clases perdidas y poca integración en actividades extracurriculares.

El contenido disponible crecerá rápidamente, lo que hará más fácil encontrar cualquier información en Internet. Las nuevas aplicaciones permitirán realizar transacciones económicas de forma segura y proporcionarán nuevas oportunidades para el comercio. Las nuevas tecnologías aumentarán la velocidad de transferencia de información, lo que hará posible la transferencia directa de "ocio a la carta". Es posible que las actuales transmisiones de televisión generales se vean sustituidas por transmisiones específicas en las que cada hogar reciba una señal especialmente diseñada para los gustos de sus miembros, para que puedan ver lo que quieran en el momento que quieran. (Gallego, 2004)

La utilización de Internet se ha vuelto extremadamente de moda tanto para los países desarrollados como para los países en desarrollo, dado que Internet es uno de los mejores medios para el intercambio de información y la creación de redes, se mostró un crecimiento significativo en tamaño y usuarios

en las últimas dos décadas en el mundo. De acuerdo a las estadísticas mundiales de Internet, 2012, el 78,1 por ciento de la población de las Naciones Unidas utiliza Internet diariamente. Los estudios también muestran que más del 90 por ciento de los estudiantes universitarios utilizan Internet activamente, lo que representa aproximadamente 20 millones de estudiantes universitarios (Centro Nacional para la Educación Estadística, 2016).

Las redes de comunicación basadas en la transmisión de datos en serie son la plataforma de sistemas de automatización actualizados. Si esto es automatización de oficinas o la automatización de las plantas de fabricación o de proceso, la tarea sigue siendo siempre igualmente, intercambiando datos entre diferentes dispositivos o participantes dentro de un sistema. Las redes de comunicación proporcionan una serie de ventajas sobre los sistemas en el que una línea punto a punto permite que solo dos participantes se comuniquen entre sí.

1.1.4. Clasificación de las redes de comunicación.

Dependiendo de la aplicación, es decir, fabricación, proceso, oficina o edificio Automatización, las tareas de comunicación a realizar varían en complejidad y a veces son incluso contradictorios. El uso de una sola comunicación. La red por lo tanto no daría resultados óptimos. Así que el mercado ofrece muy diferentes redes y sistemas de bus que están más o menos adaptados a una determinada solicitud. Un criterio de clasificación bastante general es la distancia sobre la cual la comunicación tiene lugar a redes locales, LAN (redes de área local), como, así como redes ampliamente distribuidas, WAN (redes de área amplia). Con LAN, se hace hincapié en el intercambio de datos rápido y potente dentro de un área restringida localmente, mientras que la WAN debe poder transmitir datos en muy diferentes medios de datos y más de varios miles de kilómetros.

La Internet es un ejemplo para una red de área amplia. Esta red es un mundo. Amplio grupo de redes de comunicación muy variadas que a su vez pueden comprenden muchas subredes. Debido a la creciente conexión de las LAN a la red Internet, los datos que solo estaban disponibles localmente ahora están disponibles en cualquier lugar en el mundo. Los últimos desarrollos permiten a las plantas usar bus de campo La comunicación debe ser

monitoreada y operada de forma remota vía comercial. navegadores de internet disponibles. Las demandas en las redes de comunicación difieren no solo en la distancia variable ser cubierto. Dependiendo de la aplicación, también varían en cuanto a la velocidad de datos requerida, el número de bytes de datos por ciclo de comunicación, el índice de renovación de los datos, la capacidad requerida en tiempo real, y otras.

Para obtener una clasificación orientada a la práctica, las redes de comunicación son asignados a diferentes niveles jerárquicos o de aplicación que forman un Pirámide de comunicación con tres, a veces cuatro, niveles. En el nivel inferior, el número de participantes, el tiempo real requerido La capacidad, así como la tasa de renovación de mensajes es alta. Cuanto mayor sea el nivel jerárquico, menor es el número de participantes. Requerimientos En cuanto al tiempo real y la tasa de muestreo también son menores. Sin embargo, la complejidad y la longitud de los telegramas de mensajes están aumentando. El nivel de fábrica supervisa la gestión de nivel superior. Lo que es importante en este caso no es el tiempo de respuesta, sino la transmisión segura de incluso mensajes largos (transmisión de archivos). Como estas redes también controlan la baja de niveles, se consideran la columna vertebral del sistema y por lo tanto son con frecuencia llamadas redes troncales. Los protocolos típicos utilizados en este campo son, por ejemplo:

- MMS (Especificación de mensaje de gestión)
- PROFIBUS-FMS
- TCP / IP (Protocolo de Control de Transmisión / Protocolo de Internet)

Las redes están formadas por conexiones entre grupos de ordenadores y dispositivos asociados que permiten a los usuarios la transferencia electrónica de información. La red de área local, representada en la parte izquierda, es un ejemplo de la configuración utilizada en muchas oficinas y empresas.

1.1.5. La televisión

Según (Mander, 2011), señala que la televisión de acceso público brinda capacitación y tiempo de transmisión a las personas de la comunidad que desean crear una programación que se pueda ver en su área residencial particular. Aunque el origen del "acceso" tal como lo conocemos hoy en día

estuvo influenciado por las raíces legales y filosóficas de la legislación que creó la Corporación para la Difusión Pública, siendo esta la Ley de Radiodifusión Pública de 1967, las dos evolucionarán en direcciones polarizadas. La Corporación para la Radiodifusión Pública se creó para financiar el Servicio Público de Radiodifusión, cuyo objetivo era producir programas de televisión que pudieran servir a la comunidad local, así como para frustrar a las redes principales al expresar su capacidad para crear material controvertido e innovador. Sin embargo, debido a su creciente atractivo y financiación gubernamental, las más de 100 estaciones miembro de radiodifusión pública se vieron obligadas a crear una programación más orientada a una amplia audiencia, y en 1970 se convirtieron en una red unificada. A los dos años de eso, los afiliados crecieron. Aunque estos avances dieron a los programas de PBS el potencial de llegar a una audiencia mucho mayor, con lo que se redujo el volumen de sus programas. La popularidad del concepto de Public Broadcasting se había suicidado, por así decirlo. Aunque la televisión de acceso público conlleva una evolución, es difícil identificar los eventos que, de manera secuencial, llevan a un desarrollo sistemático de lo que es hoy.

La televisión es el medio de comunicación más extendido. La televisión es la verdad de la cultura, refleja lo que somos. Su ritmo pauta nuestro tiempo: marca la hora de comer, de dormir y los momentos de relax. Decir que la televisión miente, de forma o enmascara la realidad sería quedarse corto. El carácter engañoso de la televisión radica no en lo que transmite, sino en el modo en el que lo transmite, ya que, aunque lo que emite sea veraz, el tratamiento, la forma como lo expresa crea una nueva estructura de la realidad.

La televisión es considerada como una "ventana abierta al mundo", a través del cual éste resulta accesible y cercano: podemos conocer lo que pasa en cualquier parte e incluso asistir a su avenir. La televisión permite abrir al exterior, facilitando la intercomunicación. Aunque esto quizá no sea del todo verdad, puesto que la intimidad gira en torno a la televisión, dando la denominación de sala de estar al lugar allí donde se encuentre. Esa "ventana abierta al mundo" acaba siendo el eje de la vida privada. El mundo, al entrar en casa por la televisión, acaba perdiendo lo que tiene de público, pasando a engrosar la decoración hogareña. (Mander, 2011)

Y cuál es el atractivo de la televisión para los niños, por supuesto, es popular porque es cerca y fácil de usar. Cuando el investigador profundiza en las razones psicológicas más allá de lo fácil disponibilidad, por lo general se trata de lo mismo, concluyen que los televisores el atractivo para los niños consiste en darles una oportunidad de estar “al tanto, yendo detrás de las escenas, aprendiendo sobre el mundo y sobre gente. En el lado emocional, la televisión ofrece seguridad y tranquilidad a través de lo familiar, formato y temas de muchos de sus programas, en particular las series seriales familiares y los westerns. Eso ofrece cambio constante, emoción y suspenso, proporciona un escape de las demandas diarias con despreocupación, glamour y romance, permite al niño identificarse con diferentes Héroes románticos”.

Cuando los niños tienen televisión disponible, ellos hacen una gran cantidad de uso de ella, estimaciones de un número de países citados en la siguiente bibliografía indica que el promedio, el niño de escuela primaria y secundaria. (6 a 16) se dedica a la televisión de 12 a 24 horas a semana. Los estudios también indican que los escolares gastan, en promedio, un poco más tiempo de visualización que hacen los estudiantes de secundaria donde se encuentra la más extensa medidas de visualización por niños de diferentes, se han hecho edades, (12) se estima que un niño de 3 años ya está promediando unos 45 minutos día en la televisión Para cuando el niño está en el primer grado (5 o 6 años), está gastando alrededor de dos horas al día frente al televisor la cantidad de tiempo que pasa lentamente aumenta con la edad y tiempo adicional para acostarse, hasta alcanzar un pico a los 12 años o 13 cuando el niño promedio está viendo alrededor de tres horas al día. Durante los años de bachillerato (l3to 16). El tiempo de visualización disminuye de nuevo a aproximadamente 2 horas. un día. Esta curva es consistente con otras evidencias. En el tema, y los promedios diarios no son diferentes los que se encuentran en Inglaterra o Japón. En Inglaterra, el estudio Himmelweit, Oppenheim, Vince (2016), encontraron que los niños de 10-11 y 13-14 años promediaron alrededor de 1.9 horas al día, que es un poco menos del promedio estadounidense para esas edades.

Así, la televisión en general carece de documentales o programas culturales (Discovery Kids y Channel). La competencia televisiva no se basa en

ofrecer programas serios, no hay preocupación por la calidad ni por el contenido de la programación.

En muchos programas se intenta crear naturalidad mediante la "falsa sorpresa", el presentador finge que sucede algo imprevisto en el guión y se sorprende. Pero es sólo un truco, de hecho, el presentador no pretende que sea verosímil, hay fingimiento del fingimiento de la sorpresa. El espectador lo sabe, no se pretende que lo crea, por eso lo importante es el esfuerzo por ofrecer un mero espectáculo al espectador. (Rico, 2003)

El amontonamiento y la promiscuidad de noticias, anuncios, programas, etc. impiden cualquier tipo de coherencia. Sometidos al dominio del amontonamiento y de la confusión de ideas, según el cual todo posee la misma importancia, pretender la menor coherencia argumentativa es casi imposible. Tenemos como resultado de ello una atención por parte del espectador incapaz de mantenerse durante varios minutos sin acabar en bostezo.

El dinero se transforma en información favorable a sus dueños, y la información de masas se transforma en dinero si las audiencias pasan de una cierta cantidad, por eso cada vez que ponemos delante de la pantalla hacemos a un rico más rico, mientras él está empobreciendo como personas al consentírselo.

La influencia de la televisión en la educación de los niños hace sean incapaces de formar una conciencia de sí mismo y, en caso de que lo logre, estará frustrado por no haber podido complacer todos los deseos que le han inducido o irritado por no haber podido responder a los estímulos que le han llegado de la televisión. (Younis, 2009)

Cuando los niños son muy pequeños, la televisión ya comienza a influir en su vida. Las generaciones modernas han crecido en programas como Sesame Street, Barney y Teletubbies. Si bien muchos de estos programas son educativos y beneficiosos para el desarrollo, cuando los niños crecen para ser adolescentes y salen del ámbito educativo de la televisión, es cuando la televisión se convierte potencialmente en una influencia negativa. La televisión construye un mundo aparentemente neutro y que supuestamente representa al mundo real. Da una visión de la vida más agradable y con menos problemas de los que hay en la realidad, para conquistar. Al estar basada en la imagen, la

televisión da demasiada importancia al físico, y las personas que aparecen en el mundo televisivo se ajustan siempre al canon de belleza vigente, lo cual no ocurre en la realidad y esto crea inseguridad en los ciudadanos.

La televisión hace que la gente cree falsas necesidades y esto afecta a los menos dotados económicamente, con lo cual se frustra, porque la televisión postula que la felicidad se consigue con el éxito, y el éxito significa bienestar económico y social. Los mayores deseos de las personas son a cambio de dinero (los bienes materiales), esto se muestra en las series y también en la publicidad.

La mayor parte de los programas de la televisión se dedican a representar relaciones de intimidad, los programas se llenan de expresiones y personajes cercanos, familiares, como el presentador que comienza un programa diciendo "¡Hola, familia!". Los rostros de la televisión son un aliciente, tienen toda la confianza, son como un miembro más de la familia; necesitamos verlos diariamente para que el día sea completo.

1.1.5.1. El adolescente y la televisión

En los últimos años, tanto los padres preocupados como los adolescentes se han preguntado sobre el efecto de la televisión en los adolescentes, algunos niños se ven criados por una televisión y hay muchos estudios que analizan cómo esto puede afectar a un adolescente cuando crece. Se especula que los niños y adolescentes ven casi cuatro horas de televisión al día. Uno de los mayores problemas resultantes es la presencia de influencias negativas de los programas de televisión, la pregunta es:

¿Qué enseñan los medios a los jóvenes y a toda su teleaudiencia?

La respuesta es más preocupante aun, los medios de comunicación se han olvidado de lo verdaderamente importante, y el conflicto radica simplemente en que lo que más audiencia da, lo que más se consume es lo que ellos están mostrando dejando a un lado lo que verdaderamente debería importarles que es la educación de todos los que los consumen.

Es verdad que el cuarto poder del mundo se ha convertido en una serie de manipulación donde te dicen que hacer, que pensar y cómo actuar pero aun así no podemos negar que nosotros mismos como televidentes y consumidores de los mismos nos hemos negado la posibilidad de educarnos y satisfacer

necesidades intelectuales, mostrando así que nos interesa más las cosas superficiales y dejando que ellos no solo se metan en nuestras vidas sino también en nuestras mentes y formas de ser y de pensar.

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.

Según Tania Dworjan (2017), señala las influencias negativas de la televisión se pueden encontrar en muchos programas. Encienda la televisión y hojee los canales y es muy probable que se encuentre con algunas de las siguientes situaciones:

- Violencia, crimen o escenas de lucha.
- Escenas de sexo explícitas o conversaciones sobre el tema.
- Consumo de alcohol, cigarrillos o drogas.
- Personas que toman malas decisiones como salir con alguien peligroso.
- Maldición u otras obscenidades verbales.
- Descripciones de personajes estereotipados, como la chica que duerme con todos o el chico malo.
- Reflexiones no saludables de la salud y belleza de los adolescentes.

Cada una de estas situaciones puede afectar a los adolescentes de manera diferente. Un estudio de 2016 encontró más de 300 episodios de diecisiete programas con calificación no apto para adolescente, cada uno contenía al menos un comportamiento de riesgo como violencia, fumar, alcohol y sexo. En programas hechos para adolescentes y calificados, más del 50 por ciento contenía violencia y sexo, mientras que casi el 75 por ciento mostraba alcohol (televisión por cable).

- **Sexo en tv**

Un estudio de 2008 analizó el vínculo entre la paternidad adolescente y descubrió que los adolescentes que veían televisión sexualmente explícita (desde simples programas que solo hablan sobre un personaje que tiene relaciones sexuales hasta programas con escenas de sexo suave) tenían el doble de probabilidades que otros adolescentes, que no habían visto mucho de estos programas, tener un bebé a la edad de 16 años. La conclusión del estudio llevó a que los adolescentes vean el contenido sexualmente explícito y asuman que todos lo están haciendo para que no haya consecuencias significativas para el sexo. Este estudio fue uno de los primeros en establecer el vínculo entre los adolescentes, el sexo en la televisión y las implicaciones en la vida.

- **Beber, TV y adolescentes**

Muchos programas de televisión muestran beber. Si bien hay programas que muestran que los adultos mayores de edad legal beben, también hay muchos, que muestran que los adolescentes participan en el consumo de alcohol en menores de edad. Estos programas a menudo muestran que beber es lo "genial" que se debe hacer. Como resultado, los adolescentes que buscan adaptarse a menudo se vuelven bebedores. Los estudios también sugieren que los adolescentes más jóvenes son más propensos a consumir alcohol después de ver anuncios publicitarios de bebidas alcohólicas y que cuanto más de una marca de alcohol ven los adolescentes, más probabilidades hay de que beban esa marca.

- **Impacto de la violencia televisiva en adolescentes**

Uno de los mayores impactos del efecto de la TV en los adolescentes es la violencia. En 2015, las películas que se muestran con frecuencia en la televisión después de su estreno teatral, presentaron más de 2,5 casos de violencia con armas de fuego por hora sin mostrar escenas extensas que describieran las consecuencias reales de estas acciones, dando a las adolescentes vistas alteradas de la realidad.

Cuando alguien ve mucha violencia en la televisión o en los videojuegos, puede desensibilizar a la violencia de la vida real. Puede hacer que las personas vean la violencia como algo que solo ocurre en la televisión y se

sienten casi inmunes a que les suceda. La integración de la violencia en la mayoría de los espectáculos puede incluso hacer que los adolescentes piensen que la violencia es apropiada en muchas situaciones.

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.

El problema está en la forma como la televisión presenta los valores al adolescente. Los ejemplos y modelos para seguir (mujeres semidesnudas, la utilización de vocabulario no adecuado, la presencia de jóvenes que escapan de la escuela para irse a divertir, 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 anti valores. 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.

Muchos padres y adolescentes pueden sentirse desanimados al leer sobre el efecto que la TV puede tener en los adolescentes. Puede parecer imposible cambiar la situación . Sin embargo, hay algunas cosas que los adolescentes pueden hacer para asegurarse de que la televisión no tenga control sobre ellos:

- Habla con tus padres: Si ves una escena que te molesta o te avergüenza, habla con tus padres acerca de por qué la escena te hizo sentir de esa manera.
- Recuerda que solo es TV: Beber una cerveza no te hará una princesa, no todos están teniendo relaciones sexuales todos los días, y nadie está abriendo camino a través de soluciones. No caigas en las trampas de la TV.
- Estribillo: Apague la televisión un poco más cada semana y experimente el mundo real, no el mundo dentro del tubo.

Pon las pantallas en su lugar, cada adolescente es un individuo único y se verá afectado por programas de televisión y anuncios de manera diferente. Tome decisiones inteligentes sobre lo que ve y cuánto tiempo pasa mirando para convertirse en parte de la solución para limitar estos impactos negativos.

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.

1.1.6. La radio

La radio (entendida como radiofonía o radiodifusión, términos estrictamente sinónimos) es un medio de comunicación que se basa en el envío de señales de audio a través de ondas de radio, si bien el término se usa también para otras formas de envío de audio a distancia como la radio por Internet.

La radiocomunicación es la tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación (de su frecuencia o amplitud) de ondas electromagnéticas. Estas ondas no requieren un medio físico de transporte, por lo que pueden propagarse a través del vacío.

Una onda de radio se origina cuando una partícula cargada (por ejemplo, un electrón) se extiende a una frecuencia situada en la zona de radiofrecuencia (RF) del espectro electromagnético. Cuando la onda de radio actúa sobre un conductor eléctrico (la antena), induce en un movimiento de la carga eléctrica (corriente eléctrica) que puede ser transformado en señales de audio u otro tipo de señales portadoras de información.

Entre las décadas de los años 1960 y 1980 la radio entra en una época de declive debido a la competencia de la televisión y el hecho que varias emisoras fueron abandonando el emitir en onda corta (de alcance global) pasando al rango de VHF (el cual solo tiene un alcance de cientos de kilómetros), con tamaños de antenas más manejables.

En los años 1990 las nuevas tecnologías digitales comienzan a aplicarse al mundo de la radio. Aumenta la calidad del sonido y se hacen pruebas con la radio satelital (también llamada radio HD), esta tecnología permite el resurgimiento en el interés por la radio.

En 2007 se crea la radio digital DAB+. La radio DAB+ es el más significativo avance en tecnología de radio desde la introducción del FM estéreo.

Hoy en día la radio a través del Internet avanza con rapidez. Por eso, muchas de las grandes emisoras de radio empiezan a experimentar con emisiones por Internet, la primera y más sencilla es una emisión en línea, la cual llega a un público global, de hecho, su rápido desarrollo ha supuesto una rivalidad con la televisión, lo que irá aparejado con el desarrollo de la banda ancha en Internet. Una variante interesante de la radio por internet es el podcast, que consiste en una emisión difundida por cualquier persona, usando simplemente un micrófono, un ordenador y un sitio para cargar archivos de audio. (Gascón Baquero, 1991)

Según Albarrán (2007), señala que una radio dirigida a los estudiantes que toman un enfoque no participativo y de arriba hacia abajo podría llevar un grado de incertidumbre sobre su aceptación entre ellos, sin importar cuán innovador sea la iniciativa. Por lo tanto, para explorar el éxito de la radio del caso, dados los contraargumentos, una minuciosa investigación entre la comunidad objetivo es imprescindible para minimizar el grado de incertidumbre

y maximiza su aceptación. Además, para competir por el tiempo con otras plataformas de medios, la radio universitaria requerirá programas dirigidos y hechos a medida que tengan como objetivo abordar las necesidades específicas de los estudiantes y someter la competencia de contenido con la corriente principal medios de comunicación. Un sentido de propiedad es otra razón importante que podría ayudar a la radio universitaria a competir por tiempo con los principales medios de comunicación, que solo pueden adquirirse adoptando el enfoque participativo a sus funciones y operaciones.

En este contexto, este estudio busca comprender cómo la radio universitaria puede ser un medio eficaz para llegar a los estudiantes sobre temas de importancia educativa, como el asesoramiento, aprendizaje del idioma inglés, intercambio de información entre profesores y estudiantes y noticias de la universidad y eventos. Su objetivo es preguntar, e inferir usando datos preliminares, si la radio de la universidad, a través de una gama de programas orientados a la información producidos por los propios estudiantes bajo la activa orientación de los maestros, puede influir en las actitudes de los estudiantes hacia temas importantes que son necesarios a su desempeño general tanto en la educación como en el mercado laboral. Más importante aún, busca abordar si la radio universitaria puede demostrar ser una ayuda educativa efectiva que proporciona tanta voz y un sentido de propiedad de los estudiantes a través de la participación activa en la planificación del programa. Producción y consumo, si bien el documento aborda brevemente los diversos desafíos y oportunidades en torno a la idea de la radio universitaria, en este punto, su objetivo principal es buscar respuestas a tres preguntas principales que giran en torno a la necesidad de radio en la universidad, la necesidad de radio entre los estudiantes, y contenido adecuado para la radio enfocado en las necesidades básicas de los estudiantes, explorador las preguntas de deseo y contenido entre los estudiantes son importantes por varias razones, tales como:

- Para hacerlos participantes activos del estudio.
- Adoptar el enfoque constructivista en la puesta en marcha de la radio para hacerlos actores activos del proyecto previsto.
- Respaldar el proyecto con un importante estudio introductorio.
- Para explorar la base de audiencia y sus expectativas.

El aprendizaje participativo y la radio, el trabajo de Shen (2004), señala que el aprendizaje participativo y acción (PLA, pronunciado “Jugar”) vale la pena discutirlo aquí, ya que considera a los estudiantes como partes interesadas activas al tomar acercamientos colaborativos al proceso de aprendizaje. En ella, señalaron que los estudiantes actúan como “activos participantes en el ciclo de vida completo de la tarea, los proyectos y el examen ", incluida la pregunta o diseño del proyecto, ejecución, evaluación del trabajo de los compañeros para "observar (leer) todo lo que hacen sus compañeros para que puedan aprender más de los esfuerzos de los demás” (2010, p. 1)

Ajitoni (2008), señala en su estudio sobre educación ambiental y conciencia entre nigerianos estudiantes de la escuela que utilizan técnicas de aprendizaje mediante la radio y difusión participativas, concluyeron que ambas técnicas de aprendizaje participativo completo ayudan a los estudiantes a desempeñarse mejor que sus contrapartes en los grupos de conferencias convencionales. Sin embargo, también señalaron que los estudiantes que participaron en la radio se desenvolvieron y desempeñaron mejor que los grupos de aprendizaje participativo del modo ofrece a los estudiantes una oportunidad única para trabajar juntos de una manera más flexible, para leer, comunicarse y aceptar e internalizar los conceptos ambientales básicos, (2008, p. 58). El uso de la radio como mecanismo de aprendizaje participativo ha sido ampliamente defendido dado su potencial para hacer objetivo, las comunidades como actores activos en el aprendizaje y el desarrollo.

Los estudios realizados tanto en los países occidentales como en los no occidentales destaco el papel de la radio en el aprendizaje y desarrollo de los estudiantes. La investigación previa a la Dotcom. Auge centrado en los usos y efectos de gratificación de los medios tradicionales, incluida la radio, televisión y periódico (Katz et al., 1973; Mendelsohn, 1964; Rubin, 1983; Towers, 1985, 1987). Sin embargo, en la última década y media, la mayor parte del enfoque en los usos y la gratificación, la investigación ha pasado de los medios tradicionales al uso de nuevos medios y nuevas tecnologías entre jóvenes y estudiantes universitarios, con la radio como una preocupación relativamente menor de la investigación (Albarran 2007).

Rudd (2003), concluye sobre el papel de la producción de radio como medio de enseñanza y aprendizaje entre estudiantes de pregrado, encontró la evidencia de una "experiencia de aprendizaje positiva" (p. 102) entre los participantes del estudio, en la exploración del papel de radio en impartir educación en los adolescentes y la importancia de la radio y la televisión en “promover el proceso educativo, mejorando el currículo y la metodología ”para estudiantes clave que sacan al comparar las estaciones de radio en la actualidad de muchos países “Los programas de radio promueven la educación de manera efectiva, brindan ayuda para comprender las dificultades conceptos; programas de radio… complementados con ayuda escrita de material con el aprendizaje; impreso horario de programas de radio… proporcionado a los estudiantes presentado en lenguaje sencillo y útil para enseñar el proceso de aprendizaje” (2014, p. 265).

1.1.7. La prensa

En el caso de la prensa escrita, podemos situar sus orígenes junto con el nacimiento de la imprenta de Gutemberg allá por el siglo XV sin embargo no es hasta el siglo XVIII cuando ciertamente surge la prensa escrita tal y como hoy la conocemos, una combinación de textos creativos y publicitarios con una periodicidad diaria, o cuatro publicaciones por semana. A lo largo de todo ese tiempo la prensa ha pasado por diversas fases que la han ido configurando hasta lo que es en la actualidad, un camino marcado por un objetivo doble: la aceleración y mejora de la producción y calidad, por un lado, y la reducción de costos por el otro. Llegar hasta el lector es el fin último y precisamente las propias características del producto han provocado que otra de sus señas de identidad sea su limitado alcance. Efectivamente, uno de los mayores problemas a los que se ha enfrentado la prensa en papel ha sido la distribución, que requiere de mayores tiempos y costes de transporte, un aspecto éste hoy superado gracias a la descentralización de las ediciones, y al hecho de que la prensa se imprime próxima a su lugar de distribución y venta. (Masterman, 2013)

1.1.8. Los nuevos medios de comunicación masiva

Las comunicaciones masivas se discuten generalmente como si fueran exclusivamente modernas fenómenos. De hecho, esta suposición está

incorporada en la mayoría de los científicos sociales definiciones de los medios de comunicación. Según McQuail (1969), por ejemplo, «Las comunicaciones masivas comprenden las instituciones y técnicas por las que los grupos especializados emplean dispositivos tecnológicos (prensa, radio, películas, etc.) para difundir el contenido simbólico a grandes, heterogéneos y ampliamente dispersos audiencias. Sólo la tecnología moderna, se asume ampliamente, ha hecho posible la transmisión de comunicaciones a audiencias masivas; para, como Maisel (1973: 160), entre otros nos harían creer, 'en el período preindustrial, el sistema de comunicación estaba restringido a la comunicación directa cara a cara entre individuos. De hecho, una variedad de formas significantes aparte de la interacción cara a cara, edificios, imágenes, estatuas, monedas, pancartas, vidrieras, canciones, medallones, rituales de todo tipo: se desplegaron en sociedades preindustriales para expresar. A veces ideas muy complejas. A veces, estas formas significantes alcanzaron vastas audiencias Por ejemplo, la proporción de la población adulta en Europa, asistir a misa regularmente durante la Edad Media central era casi seguro mayor que la proporción de adultos en Europa que ahora regularmente leen un periódico, dado que los rituales del culto religioso se establecieron en liturgias establecidas, la curia papal ejercía un control mucho más centralizado sobre lo simbólico contenido mediado a través del culto público en la Edad Media central que incluso los controladores de la prensa altamente concentrada y monopolística de Europa contemporánea.

Los diferentes tipos de medios de comunicación masiva a los que estamos acostumbrados en este día y edad, ya sea niños, jóvenes o adultos, todos hemos tenido nuestra parte de la exposición relacionada con los medios de comunicación todos los días. Aprende más sobre lo que comprenden los medios en nuestro mundo de hoy en día. Los medios de comunicación se refieren a dispositivos de comunicación, que se pueden utilizar para comunicarse e interactuar con un gran número de audiencias en diferentes idiomas, ya sean los mensajes pictóricos de las edades tempranas, o los medios de alta tecnología que son disponible hoy, una cosa en la que todos estamos de acuerdo es que los medios de comunicación son una parte inseparable de nuestras vidas. El entretenimiento y los medios siempre van de

la mano, pero además del entretenimiento, los medios de comunicación también siguen siendo un medio eficaz de comunicación, difusión de información, publicidad, marketing, y en general, de expresando y compartiendo puntos de vista, opiniones e ideas.

Hay varios tipos de medios de comunicación:

a. Medios impresos:

- Periódicos
- Revistas
- Folletos y folletos
- Vallas publicitarias

b. Medios electrónicos:

- Televisión
- Radio

c. New Age Media:

- Teléfonos móviles
- Ordenadores
- Internet
- Libros electrónicos

La aplicación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación a los medios tradicionales ha modificado profundamente sus históricas características acercándoles cada vez más, al carácter que de verdad han de poseer en el contexto de la sociedad de la información: inmediatez y veracidad.

Actualmente, un elevadísimo porcentaje de los contenidos periodísticos, publicitarios o de entretenimiento llegan hasta el usuario a través de Internet. Durante mucho tiempo prensa, radio y televisión se resistieron a esta evidencia, cada vez mayor, pero pronto comprendieron que la importancia de internet dentro del ámbito de la información y la comunicación radica esencialmente en su capacidad para transmitir textos, imágenes, sonidos, vídeos o un conjunto de todos ellos de forma casi instantánea, desde y hacia cualquier parte del mundo, y quisieron hacerse su hueco. (Wolf, 2014)

Los medios electrónicos son el tipo de medios que requieren que el usuario utilice una conexión eléctrica para acceder a ella. También es conocido como 'Medios de difusión'. Incluye Televisión, radio y medios de la nueva era como Internet, computadoras, teléfonos, etc.

- **Televisión:** La televisión apela tanto al sentido auditivo como lo visual, por lo tanto, es un dispositivo de comunicación importante, ya que contempla la atención de la audiencia. Para muchas personas, es imposible imaginar una vida sin sus televisores, ya sean las noticias diarias, o incluso las telenovelas. La televisión se convierte en un centro de publicidad donde los anunciantes están listos para gastar enormes cantidades de dinero para un anuncio de unos pocos segundos, especialmente para programas con alta audiencia Un buen ejemplo sería la temporada de “EEG (Esto es Guerra). Ofrece varios programas para atraer a las masas de diferentes grupos de edad. Es un medio popular de comunicación que proporciona tanto información como entretenimiento. Esta categoría, también incluye medios electrónicos como películas, CD y DVD, así como accesorios electrónicos.
- **Radio:** La radio tiene un alcance significativo. Un número considerable de estadounidenses sintoniza la radio cada semana mientras van de camino al trabajo. Publicidad en la radio con jingles y frases pegajosas es un medio de comunicación probado y comprobado. La radio perdió popularidad con el auge de la televisión. Pero hasta hoy día, la radio permanece. Uno de los medios favoritos de comunicación electrónica. Además, es un medio interactivo de comunicación con todos los programas de marcación que dan los oyentes la oportunidad de aparecer en la radio.
- **Teléfonos móviles:** Los teléfonos móviles se han convertido en una bendición para la humanidad. Ha hecho la comunicación posible en cualquier momento y desde cualquier lugar. Hoy en día, un inteligente dispositivo como un teléfono móvil no solo se utiliza para la interacción, sino también para otras utilidades técnicas como operar bombas desde ubicaciones remotas, etc. También puede recibir alertas de tus transacciones monetarias en un teléfono móvil. Hace aproximadamente una década, ¿Quién habría pensado tener internet en los móviles? Hoy

podemos quedarnos en toca con todo el mundo a través de Internet en nuestros teléfonos móviles.

- **Computadoras:** Con la invención de las computadoras lo imposible se ha vuelto. posible. Virtualmente obtenemos información de todo, desde pin a piano con ayuda de las computadoras. Ha añadido velocidad y multimedia a la información que anteriormente estaba disponible solo en el formato de impresión. Además, cualquiera puede expresar sus opiniones a través de las computadoras. Las computadoras han agregado un nuevo avance en los medios de comunicación mediante la combinación de la inteligencia humana con la tecnología de vanguardia.
- **Internet:** este es el dispositivo más importante de los medios de la nueva era es el descubrimiento de Internet puede ser llamado el mayor invento en los medios de comunicación. En días anteriores, las noticias solían llegar a las personas solo con el periódico de la mañana. Pero hoy, las actualizaciones en vivo nos llegan simultáneamente a medida que se desarrollan los eventos. Por ejemplo, la boda real de Kate Middleton y el Príncipe William se vieron en vivo en el Internet por millones de personas en todo el mundo. Internet ha inspirado interacción y conectividad a través de su red social. Se ha convertido uno de los medios básicos de comunicación masiva. No podemos pensar en liderar nuestra vida sin eso Veamos cómo Internet afecta la comunicación masiva a través de los siguientes medios.
- **Correos electrónicos:** Los correos electrónicos o correos electrónicos han reducido drásticamente el tiempo para la redacción y envío de cartas, o correos. Los correos electrónicos también han facilitado menor uso de papel.
- **EbWebsites:** Internet tiene una gran cantidad de sitios web dedicados a varias personas, empresas, marcas, causas, actividades, etc. La utilidad más significativa de estos sitios web es en proporcionar información, motores de búsqueda, descargas a través de Bibliotecas, e interacción a través de las redes sociales. Debido a estos sitios web la realización de transacciones de comercio electrónico también se ha vuelto fácil.
- **Podcasts:** Los podcasts son medios de comunicación masiva que incluyen cortos archivos de video o audio. Pueden ser vistos y escuchados en

móviles, computadoras, e instrumentos multimedia portátiles. Son dispositivos de comunicación atractivos. -Foros electrónicos: Los foros electrónicos son tableros de anuncios en sitios web donde las personas comienzan hilos sobre temas. Estos son generalmente alojados en un sitio web. Estos foros están abiertos plataformas para discutir una gama de temas. Las personas dan sus opiniones y comparten sus opiniones, experiencias sobre diversos temas.

- **Libros electrónicos:** hay una serie de sitios web que han alojado libros electrónicos y bibliotecas en línea. El principal beneficio de tener libros electrónicos es que no tienes que llevar libros voluminosos puedes leerlos en tus lectores de libros electrónicos, móviles, computadora pantallas, u otros dispositivos. Incluso puede ajustar el tamaño de fuente para adaptarse a sus requisitos.
- **Blogging:** Un blog es un espacio en Internet donde una sola persona o un grupo de personas registra su información, opiniones, fotos, videos, etc. Es una Plataforma interesante y gratuita para hablar de cualquier tema. La interacción ocurre en la forma de comentarios o retroalimentación.
- **TV por Internet:** también se conoce como TV en línea, por lo general tiene un archivo de programas Debe elegir el programa que desea ver de la lista. Puede ver los programas directamente desde el servidor host o descargar el contenido en su computadora. Es un medio eficaz de comunicación.
- **Facebook:** Es el sitio web de redes sociales más popular Facebook tiene varias aplicaciones que utilizan las personas. Es la mejor plataforma para conocer viejos amigos, o hacer nuevos. A los anunciantes también les gusta este foro para comunicar sobre sus productos.
- **Twitter:** También es un famoso sitio web de redes sociales. Twitter es un micro Sitio de blogs que permite la interacción y retroalimentación de diferentes personas. Había un momento en que era muy popular entre las celebridades y los individuos. Hoy en los gobiernos de varias naciones an comprendido la importancia de "twittear". Información al público, y compartir información regularmente a través de Twitter.
- **YouTube:** es un sitio web que carga contenido en formato de video. Aloja una gama de videos interesantes que atraen a personas de todas las

generaciones. De películas a en videos educativos, encontrarás todo en YouTube.(http://www.buzzle.com/articles/different-types-of-mass-media.html)

Un ligero vistazo al entorno corrobora esta tendencia: periódicos en internet, internet en los televisores, retransmisiones de televisión y radio en internet, internet en móviles y tablets, y un largo etcétera. Sin contar la importancia de la red, por ejemplo, en televisión: el share social (o impacto de un programa, serie, película en las redes sociales medido, en esencia, por el número de comentarios producidos de forma simultánea a la emisión) ya es tan importante como la audiencia en sí y determina, entre otros aspectos, el precio de la publicidad en los medios.

La digitalización de contenidos, la tendencia a la fusión empresarial, así como la tendencia de las empresas de comunicación e información a diversificarse hacia otros soportes constituyen los ejes de esta convergencia tecnológica, comunicativa e informativa que permite acceder a mayores contenidos, de mejor calidad (al menos técnica), desde cualquier lugar, de forma casi simultánea y sincronizada: es la Sociedad de la Información. (Wolf, 2014).

1.1.9. La ética de la comunicación

La ética tiene que ver con las áreas grises en nuestras vidas, cuando las decisiones morales son blanco y negro, saber lo que debemos hacer es fácil. Podemos no estar a la altura de nuestras convicciones todo el tiempo, pero no hay duda en nuestra mente de lo que debe hacer. He descrito cuatro situaciones en la vida de Stacy que muchas personas consideraría como llamadas cercanas. Los escenarios cubren una amplia gama de temas. Participa en la cuestión del engaño verbal, la opción de no responder se vuelve cada vez más difícil con cada historia sucesiva. Falta de candor en los dilemas diurnos de Stacy podrían considerarse sombrear la verdad, mientras que una alternativa a la honestidad en ambas situaciones nocturnas es una mentira audaz.

Las teorías éticas comunicativas ofrecen orientación sobre cómo comunicarse con integridad en cada situación. Todos menos la teoría final encaja en uno de los tres enfoques destintivos para la toma de decisiones

morales, las consecuencias del comportamiento. ¿Puede una mentira terminar haciendo? ¿Bien o previniendo daño? Se concentran en los motivos internos y los rasgos de carácter que hacen una persona moral ¿Es el deseo de decir la verdad una virtud? La posibilidad de que hombres y mujeres puedan (y quizás deberían) tener estándares Éticos.

En cualquier entorno cultural la ética se ha convertido en el núcleo desde el que se expanden todos los "saberes" y los "haceres". Una ética de la comunicación debe cooperar con los periodistas que convierten la difusión nítida y objetiva de la verdad en el fin principal de su tarea profesional. Si la perspectiva ética se asume cada vez más por los medios de comunicación se contribuirá a aumentar la conciencia social de la sociedad; aunque también debe elaborarse una ética de la información como crítica fundada y radical a un abundante tipo de periodismo que hace gala de una gran trivialidad y falta de rigurosidad, manipulando de forma interesada los hechos de cualquier tipo, bien sean políticos, deportivos, sociales, religiosos, económicos, etc. (Castaño, 1994)

La ética de la comunicación debe establecer un espacio donde se pueda reflexionar y analizar los grandes conflictos morales: los límites de la libertad de expresión, la búsqueda obsesiva de la audiencia, la contribución de los medios a una ética cívica, etc. (Ferres, 2004)

La tipología de una sociedad cualquiera la mide su moralidad, conocimientos prácticos que determinan los comportamientos concretos, a través de los cuales los seres humanos trabamos interconexiones coherentes que autorizan no sólo la realización propia sino también la ajena. No sólo son morales, sino que también son técnicos e intelectuales. Las dos últimas van dirigidas a facilitar la supervivencia.

Aquí entra en juego el saber moral, la ética, forzándose a la realización de ése y también controlando y calificando cada uno de los actos concretos desde un criterio que se sitúa entre el estado subjetivo que es el punto de partida y ese otro estado objetivo, que lo fija cada cual, que es lo que se pretende alcanzar, sabedores de que si se consigue ése se conseguirá la felicidad, o al menos se habrá situado en el camino para conseguirlo. (Ferrés, 2004)

El ejercicio ético es una tarea individual, personal. Nuestro mundo humano no es una medio cultural, lo que viene a demostrar la necesidad de los demás. Sin ellos nunca llegaríamos a ser el que somos ni el que pretendemos. Debido a eso, nuestro yo, nuestro proyecto de vida según Ortega, se basa en el.

La formalidad de esta lógica hay que materializarla. Toda la sociedad se presenta ante el ser humano no como un lugar alternativo: o bien se le abre como un área de realización personal o bien como una "personalidad imposible", pues ella le enriquece o empobrece en menos directamente proporcional a la moralidad crítica que le inyecta y a los medios efectivos de desarrollo que le oferta. (Wolf, 2014)

1.1.9.1. Objetivos de la ética de comunicación

Anderson, K. E., & Tompkins, P. S. (2015), señala que la ética de la comunicación concierne no solo a la persona, sino que es una gran preocupación para las empresas, corporaciones y entidades profesionales. Un negocio con prácticas de comunicación poco éticas no es tan efectivo como uno con prácticas de comunicación ética. Por ejemplo, una empresa con prácticas de comunicación poco éticas puede retener evidencia de que está dañando el medio ambiente o infringiendo una ley por falta de transparencia; mientras que un negocio con prácticas de comunicación ética presionará de inmediato un comunicado a las partes afectadas. En este ejemplo, la transparencia hace que el negocio sea más efectivo porque notifica a sus clientes, posibles proveedores, u otros afiliados, u otros afiliados sobre el potencial riesgo ambiental o la violación de la ley. En otras palabras, en este ejemplo, la transparencia fomentará la confianza y la buena fe, ya que el negocio efectivo no ocultará lo que interesa a su audiencia.

Por el bien del contra ejemplo, puede haber un momento en que la censura sea la práctica comercial más efectiva: tomar el caso de los secretos comerciales, cuando un método de diseño o táctica de gestión no se revela abiertamente en nombre de la ventaja competitiva; o cuando los términos del acuerdo, uso que una empresa pueda tener con un proveedor de servicios prohíbe la transparencia.

En el último contra ejemplo, una empresa puede usar los medios sociales para publicitar, pero el proveedor del servicio de medios sociales puede limitar la conducta de sus usuarios. En este caso, si la empresa considera que las redes sociales son un servicio valioso para lograr su publicidad, es posible que deba censurar su producto o servicio para preservar su acuerdo con el proveedor de redes sociales.

Estos serían dos de los objetivos principales que ha de perseguir una "ética de la comunicación":

- Acercar al máximo las reflexiones generales de la ética filosófica al mundo de la comunicación para orientar los problemas morales que tiene.
- Mostrar la mayor o menor "justificación racional" de los distintos principios éticos y las visiones del hombre subyacentes a las formas de comunicar.

Pero, hay que saber que no es necesario tan sólo que los teóricos presenten sus orientaciones, sino que también que sean los propios informadores los que redacten y asuman los criterios morales que rijan la profesión, antes de que mediante grandes presiones sean las instancias políticas, judiciales, económicas, publicitarias, etc. sean las que controlen los medios. (Masterman, 2013)

1.1.9.2. La persona como núcleo de la ética de la comunicación

Sería correcto crear centros de investigación donde se puedan aclarar los conflictos de los medios de comunicación, ya que está en juego la defensa de la dignidad de la persona, ser activo y pasivo en el proceso comunicativo. El problema moral de los medios de comunicación es ver si están al servicio de la dignidad humana, es decir, si respetan los derechos humanos, o si tienen simplemente una función económica que busca la máxima rentabilidad y la influencia ideológica. Por tanto, el respeto a la dignidad humana debe ser la preocupación primordial de una necesaria y posible ética de la información. En la información participan muchas personas, implicadas en el derecho a la información, y todas ellas deben ser respetadas en su dignidad. Por eso, es necesaria una ética de la comunicación como referencia necesaria para el correcto cumplimiento y restricción de las normas jurídicas. Pero, sin embargo,

sin una filosofía moral no es posible diseñar el centro de referencia (la ética de la comunicación) de una actividad profesional, como es el periodismo. (Musitu y Castillo, 2003)

1.1.10. El poder de los medios de comunicación

Nada hay más efímero que la noticia, ya que poco tiempo después de ser lanzada, es cubierta por otros miles de informaciones que llegan o por otros aspectos de esa misma información que interesan más por el posible negocio a los medios.

Todo medio tiene su propietario y, por tanto, no es exagerado decir que son los instrumentos a través de los cuales el poder económico o político monologa con la sociedad y la configura. La fuente de información es el poder, que se apropia de los medios de comunicación. La uniformidad de los contenidos de los medios de comunicación no es casual, sino que está propiciada por esa homogeneidad en el poder de los mismos. Esto ocurre tanto con los medios de comunicación públicos, al servicio del Gobierno, como con los privados que de un modo u otro sobreviven gracias al dinero que reciben de las Administraciones-, en los que no se sabe exactamente qué intereses esconden.

Es posible que se diga que los medios de comunicación están en defensa de la democracia, pues se ocupan de destapar escándalos políticos y financieros, pero lo cierto es que esos escándalos han sido "filtrados" desde los sectores del partido que buscan el poder, reflejando así la verdadera lucha por el poder. Nada de lo que se diga destruirá el sistema establecido.

La mente humana es capaz de asimilar un númeroo limitado de informaciones. La avalancha de informaciones, al saturar la mente, es un gran método de manipulación que acaba eliminando cualquier sensibilización ética, todo lo que se hagan los medios será bueno. Al contrario, la persona que recibe la información cada vez necesita escándalos más espectaculares.

Los medios siempre han colaborado eficazmente con el poder político. De hecho, la opinión pública descansa hoy sobre los medios, ya que son ellos los que forjan los que forman los valores y los posicionamientos de los ciudadanos través de la insistencia informativa, porque en la sociedad la repetición acaba siendo sinónimo de demostración. ¿Cuántas veces se oye en

la calle decir "esto es verdad porque lo he oído en las noticias de tal y tal cadena”?

Los medios también se han mostrado como hábiles instrumentos del poder económico. Así, tras cualquier gran medio de comunicación se descubren vínculos con la banca y la industria. Viendo quiénes son los propietarios, parece imposible que en algunsa ocasión llegué información negativa de estas entidades que controlan la vida económica. Por tanto, la tarea de los medios de comunicación de informar objetivamente choca con el silencio sobre hechos que incumban a sus propietarios. Este silencio se extiende también a todo lo político. La sumisión al poder es una característica de aquellos medios financiados con cargo a los presupuestos generales del Estado o de cada Comunidad autónoma, es decir, los medios públicos. El control de esos medios es llevado a cabo por mandatarios que actúan como comisarios políticos al servicio de cada Gobierno. Pero el poder no cumple ni sus propias leyes, ya que en la Administración de los medios está convenido que estén profesionales, y esto no se cumple, sino que esos cargos los ocupan personajes exclusivamente políticos. (Mander, 2011)

Existen tres posibles soluciones para evitar el problema de la concentración de los medios de comunicación:

- Hacer que los usuarios puedan saber a quién pertenece un medio de comunicación, para así saber quién dicta lo que se dice.
- Crear medidas para evitar el enlace entre los medios de comunicación y el poder político, como formar una comisión independiente que realice las concesiones de radio, televisión...
- Establecer un plan para impedir que la cuota de mercado de una empresa crezca tanto que impida a los ciudadanos el acceso a otras fuentes informativas.

Esa concentración de poder en los medios de comunicación hace que ya no se diga qué es lo que hay que opinar, sino sobre qué. Las noticias se uniformizan, el ciudadano termina por no conocer las noticias de interés con profundidad, se silencia a los que no opinan lo mismo y se homogeneizan las opiniones.

1.1.11. Principios para una comunicación al servicio de la persona

Han surgido algunos diversos principios básicos del orden personalista de la información y la comunicación, que, aunque en un principio parezca un poco utópico, menos rece la pena tenerlos en cuenta:

- Los medios de comunicación sociales deben estar al servicio del acercamiento de los hombres entre sí revelando su común condición por encima de cualquier diferencia, ayudándoles a salir de su aislamiento, llevándolos hacia un reconocimiento del prójimo más lejano de sí mismos.
- Los medios de comunicación personalistas tenderán a la comprensión entre los pueblos. Por eso la noticia no deberá ser fugaz y fragmentaria, sino que buscará las razones del otro con detalle, escuchando su voz sin distorsionarla. Su misión será servir a la verdad, no quedándose en una gran cantidad de simples datos, sino llegar al conocimiento dentro de un contexto, que en su límite llega a la filosofía y a la sabiduría.
- Los medios deben promover la cooperación, el apoyo mutuo y la igualdad entre todos al poner de relieve la relación de todos los hombres entre sí.
- Los medios de comunicación estarán al servicio de aquellos que lo necesiten y que aporten una comunicación que haga a las personas más humanas, independientemente del interés económico.
- Los medios deberán contribuir a la educación cívica de la sociedad, dando prioridad al planteamiento de los dilemas históricos que todos los miembros de la sociedad puedan entender y decidir.
- El hombre es también animal lúdico que ríe en serio, por tanto, los medios de comunicación deberán estar al servicio de la sana distracción y el buen humor que les alegre. (Cebrián de la Serna, 2012)

1.2. El Rendimiento

1.2.1. Definición del rendimiento académico

Según Niebuhr (1995), define que el rendimiento académico se refiere al logro en pruebas estandarizadas o exámenes mostrados por un alumno que el desempeño académico de los estudiantes se evalúa típicamente mediante el uso de las calificaciones, pruebas, y exámenes. La capacidad de estudiar y recordar hechos, ser capaz de estudiar efectivamente y ver cómo los hechos

encajan y forman patrones de conocimiento más amplios y poder pensar por sí mismo en relación con los hechos y poder comunicar sus conocimientos verbalmente o en papel.

Las notas obtenidas, como un indicador que certifica el logro alcanzado, son un indicador preciso y accesible para valorar el Rendimiento Académico si se asume que las notas reflejan los logros académicos en los diferentes componentes del aprendizaje; que incluyen aspectos personales, académicos y sociales. (Rodríguez 2004)

El rendimiento se expresa en una calificación, cualitativa y cuantitativa, una nota que si es consistente y valida será el.

Es así mismo, Cortéz (2009), define como: “Nivel de conocimiento de un alumno medido en una prueba de evaluación. En el rendimiento académico, intervienen además del nivel intelectual, variables de personalidad (extroversión, introversión, ansiedad) y motivacionales, cuya relación con el rendimiento académico no siempre es lineal, sino que está modulada por factores como nivel de académico, sexo, actitud.”

Finalmente, Ruiz (2002, p. 52) al respecto dice: “El rendimiento es un fenómeno no vigente, porque es el parámetro por el cual se puede determinar la calidad y la cantidad de los aprendizajes de los alumnos, además, porque es de carácter social, ya que no abarca solamente a los alumnos, sino a toda la situación docente y a su contexto”.

En el rendimiento académico, intervienen muchas otras variables externas al sujeto, como la calidad del maestro, el ambiente de clase, la familia, el programa educativo y variables psicológicas o internas, como la actitud hacia la asignatura, la inteligencia, la personalidad, el auto- concepto del estudiante, la motivación. En suma, el rendimiento académico del alumno depende de su inteligencia cognitiva, de su inteligencia emocional y del contexto social en el que se desarrolla el aprendizaje, aspectos que se deben de considerar en el momento de evaluar su nivel de aprendizaje. De acuerdo a estas aseveraciones el rendimiento académico verdadero es el resultado del esfuerzo de uno mismo, éxito satisfactorio, compensación de la perseverancia, respuesta positiva al interés y consagración de uno.

Tomando en cuenta las definiciones de cada autor con respecto al Rendimiento académico podemos decir que, rendimiento es el resultado del aprendizaje, medidos por una prueba de evaluación y traducidos en calificativos cuantitativos vigesimales, como expresión del conjunto de sus habilidades cognitivas, actitudes, características de su personalidad: (automotivación, autocontrol, emocional…) y valores desarrollados en el contexto del proceso de enseñanza-aprendizaje. El rendimiento académico es un indicador del nivel de aprendizaje alcanzado por el mismo, por ello, el sistema educativo brinda tanta importancia a dicho indicador. En tal sentido, el rendimiento académico se convierte en una tabla imaginaria de medida para la educación.

1.2.2. Características del rendimiento académico

El éxito de una institución educativa se mide por su rendimiento académico o cómo los estudiantes bien cumplen con los estándares establecidos por el gobierno local, las instituciones superiores de aprendizaje, requerimiento del mercado laboral y la propia institución, investiga sobre características de escuelas de alto rendimiento establecidas que tales escuelas llevan muchos años de duro trabajo. Según Keefe, Valentine, dependiente e Irvin (1994) la estructura y el proceso de la escuela van de la mano con el nivel de los estudiantes desempeño académico. La buena política escolar y la forma de liderazgo efectivo y determinar una gran cantidad de los elementos centrales que influyen en el desempeño académico de los estudiantes. Los líderes efectivos hacen más en la construcción de la excelencia docente al influir personal uniformemente capaz al compartir el sueño de compromiso con la excelencia con ellos comunican la misión y la visión escolar, los refuerzan persistentemente y crear un sentido de propósito compartido con toda la comunidad escolar. Tales lideres establecer un conjunto de valores comunes y pasarlos al personal de instrucción, a los estudiantes y padres Los maestros tienen la oportunidad de mejorar sus conocimientos y habilidades en la profesión asistiendo a talleres, capacitaciones y conferencias que comparten profesores.

Lezotte (1991), agrega que los líderes modelan el compromiso de aprender y crear un entorno que valore la colaboración y el intercambio constructivo de las mejorespracticas Los maestros, en colaboración, examinan

y revisan el desempeño de los estudiantes y deliberar sobre su implicación. Por lo tanto, el personal acepta la responsabilidad de los alumnos aprendiendo de la escuela los objetivos curriculares esenciales. La conclusión es que una combinación de factores lleva al éxito escolar, pero requiere años de escuela sostenida, compromiso que afecta los valores escolares, las creencias y la práctica instructiva.

Carey K. (2004), señala que las escuelas de alto rendimiento tienen buenos maestros en número que cumple con la misión académica de la escuela. Los recursos se asignan efectivamente. Lo que maximiza la proporción alumno-maestro y la buena relación. Estas escuelas organizan su plan de estudios de manera efectiva en línea con su objetivo para el logro estudiantil alineado con el currículo nacional, los requisitos de prueba y garantizar que son más exigentes. Los cursos no están programados. Se crea más tiempo para enseñar materiales complejos, bloques, horario, después de las horas normales de enseñanza y la extensión al fin de semana se consideran hacer que el tiempo esté más disponible.

Según Kelly (2012), señala que los maestros lideran a los estudiantes aprenden utilizando múltiples formas de evaluación que revelan el rendimiento y demostrar competencia; Cartera estudiantil y datos de prueba para análisis y decisión. Realización en ciclo de mejora escolar continua. Los profesores pasan más tiempo en planificación, coordinación y desarrollo del personal reorganizando el horario de enseñanza lo que les ayuda a centrarse en la misión académica de la escuela y comprometer al personal en fructífera interacción. Las escuelas altamente efectivas tienen altas expectativas tanto para maestros como para estudiantes Esto está guiado por la creencia de que todos los estudiantes pueden aprender y alcanzar un alto nivel. Rensulli y Reis (1985). Reconocen que los estudiantes deben superar barreras significativas que se ven como obstáculos superables. A los estudiantes se les ofrece un ambicioso y riguroso curso de estudio y el personal cree que tienen la capacidad para ayudar a los alumnos.

Según Berliner, DC. (2005), señala que los estudiantes reciben un reto, la tarea curricular y exigente y se espera que tengan éxito. Los niños son

considerados como un activo y posee un regalo único para ofrecer a la sociedad.

García y Palacios (1991), después de realizar un análisis comparativo de diversas definiciones del rendimiento académico, concluyen que hay un doble punto de vista, estático y dinámico que atañen al sujeto de la educación como ser social. En general el rendimiento académico es caracterizado del siguiente modo:

- El rendimiento en su aspecto dinámico responde al proceso de aprendizaje, como tal está ligado a la capacidad y esfuerzo del alumno.
- En su aspecto estático comprende al producto del aprendizaje generado por el alumno y expresa una conducta de aprovechamiento.
- El rendimiento está ligado a medidas de calidad y a juicios de valoración.
- El rendimiento es un medio y no un fin en sí mismo.
- El rendimiento está relacionado a propósitos de carácter ético que incluye expectativas económicas lo cual hace necesario un tipo de rendimiento en función al modelo (Vildoso, 2003).

1.2.3. Factores que influyen en el rendimiento académico

La educación se considera imperativa no solo para el progreso de los individuos, sino también para el desarrollo de la comunidad y la nación. Con el fin de lograr mejoras en todos los aspectos, y utilizar técnicas y métodos modernos e innovadores, las personas necesitan generar conciencia y mejorar sus habilidades educativas. El objetivo principal de este trabajo de investigación es comprender los factores que influyen en el rendimiento académico de los estudiantes en las escuelas secundarias de la India. En las escuelas secundarias, existen numerosos factores dentro y fuera de la escuela que influyen en el rendimiento académico de los estudiantes. Las principales áreas que se han tenido en cuenta incluyen, factores que influyen en el rendimiento académico de los estudiantes, rendimiento académico y un gran número de estudiantes en la clase, padres y factores asociados relacionados con el rendimiento académico, contribución de los factores escolares hacia el

rendimiento académico de los estudiantes, Influencia de la pobreza en el rendimiento académico de los estudiantes y otras causas de bajo rendimiento académico.

Los factores que influyen en el rendimiento académico de los estudiantes se explican a continuación:

- **Actitud de los estudiantes:** En las escuelas secundarias, los estudiantes tienen entre 12 y 18 años de edad. Poseen las habilidades para diferenciar entre lo que es apropiado y lo que es inapropiado. Los estudiantes orientados a objetivos generalmente poseen sentimientos positivos con respecto a sus experiencias escolares, poseen rasgos de disciplina, diligencia e ingenio, son ávidos lectores y tienden a dedicar menos tiempo a actividades recreativas y de ocio. Es vital que los estudiantes posean un pensamiento positivo en términos de sus escuelas, maestros y materias académicas. Con una actitud positiva, podrán dedicarse de todo corazón al aprendizaje y generar los resultados académicos deseados (Maina, 2010).
- **Recursos escolares:** Dentro de las escuelas, es vital proporcionar recursos que puedan utilizarse para mejorar el rendimiento académico de los estudiantes. Los libros de texto, notas, materiales de aprendizaje, reparticiones, tecnología, instalaciones de bibliotecas e instalaciones de laboratorio, especialmente en temas de ciencias, deben incluir los materiales esenciales. Cuando a los estudiantes se les proporcionen las herramientas y el equipo necesarios, podrán adquirir una mejor comprensión de los conceptos académicos y cómo realizar los experimentos. En algunos casos, especialmente los estudiantes que pertenecen a sectores privados, marginados y socioeconómicamente atrasados de la sociedad, no pueden pagar los libros y materiales necesarios para el aprendizaje, por lo tanto, dependen de las instalaciones de la biblioteca y de sus compañeros para obtener los libros y otros materiales (Maina, 2010).
- **Aspectos de liderazgo:** El director, los maestros y el personal administrativo de la escuela tienen la autoridad para implementar las funciones administrativas de planificación, organización, control y dirección de las actividades. El director tiene principalmente el derecho de tomar

decisiones. Las decisiones se pueden tomar a criterio propio o pueden consultar a otros y buscar ideas y sugerencias de los maestros y otros miembros del personal de la escuela. El papel principal de los aspectos de liderazgo para influir en los resultados académicos de los estudiantes se basa en la administración y la gestión de la escuela. Cuando hay reglas adecuadas, las políticas y la gestión se ponen en práctica de manera adecuada, entonces habrá una mejora en el rendimiento académico de los estudiantes (Maina, 2010).

- **Habilidades de los maestros:** Los maestros tienen un papel imperativo para influir en el rendimiento académico de los estudiantes. Se les otorga la autoridad para dirigir todas las actividades del aula y administrar el aprendizaje. Es vital para los maestros poseer los rasgos de profesionalismo y conciencia. Deben poseer una naturaleza accesible, escuchar y brindar soluciones a los problemas que experimentan los estudiantes. Deben poseer el conocimiento y la información adecuados sobre las materias que enseñan, el uso de la tecnología, los métodos modernos e innovadores en los procesos de enseñanza y aprendizaje, gestionar la disciplina y dirigir toda el aula, así como las actividades y funciones escolares en un entorno bien organizado. Los maestros en algunos casos son estrictos, pero el rigor debe mantenerse dentro de los límites. El objetivo principal de los docentes solo debe ser mejorar el rendimiento académico de los estudiantes y llevarlos a su desarrollo efectivo (Maina, 2010).
- **Entorno de la sala de clase:** Los profesores hacen conocer los conceptos académicos dentro de la sala de clase. Los maestros tienen el deber principal de completar el programa de la asignatura. Por lo tanto, es vital que el ambiente del aula sea disciplinado y esté bien ordenado (Kudari, 2016). Dentro del aula, es vital para los maestros y los estudiantes implementar los rasgos de moralidad y ética. Es vital promover el entendimiento mutuo, la amabilidad y la cooperación entre los profesores y los estudiantes, así como entre los compañeros. La eficiencia en la gestión del aula, introduce una gestión eficiente y bien organizada de los planes de lecciones, las estrategias de instrucción, los procesos de enseñanza-aprendizaje, etc. Cuando hay disciplina y comunicación efectiva entre los

individuos, esto ayudaría a los estudiantes a aprender mejor y mejorar su rendimiento académico.

- **Rol de los padres:** El hogar se conoce como el lugar desde donde se desarrolla la base del aprendizaje y la educación. Para producir buenos resultados académicos, es vital para los padres, los niños y otros miembros de la familia fomentar un ambiente de aprendizaje dentro de los hogares. Por ejemplo, cuando los estudiantes experimentan problemas en ciertas materias, entonces los padres son responsables de proporcionar ayuda. Esta ayuda puede ser en forma de clases privadas o ellos mismos pueden enseñar a sus hijos. Hacen provisión de tecnología y otros materiales de aprendizaje en el hogar para mejorar el rendimiento académico de sus hijos. Los padres juegan un papel importante en el crecimiento operativo y el desarrollo de sus hijos (Kudari, 2016). En las escuelas, independientemente de los problemas que atraviesan los niños con respecto a lo académico y otras áreas, normalmente se comunican con sus padres. Los padres son fuentes de seguridad, aliento y ayudan a sus hijos a proporcionar soluciones a sus problemas.
- **Círculo social:** Los niños se matriculan en las escuelas no solo para aprender conceptos académicos, sino también para aprender a interactuar y socializar con otros. Los estudiantes usualmente forman términos amistosos y relaciones con los compañeros. La formación de un círculo social y las amistades tienen un efecto positivo sobre los resultados académicos de los estudiantes. Como cuando uno tiene que trabajar en un proyecto o prepararse para una prueba, el estudio grupal es, en la mayoría de los casos, beneficioso. También causa satisfacción social y felicidad en la vida de un estudiante (Kudari, 2016). Formar un círculo social demuestra ser beneficioso para los individuos en varias formas, como resolver problemas académicos, involucrarse en actividades recreativas, compartir las alegrías y las tristezas, etc.
- **Factores psicológicos y relacionados con la salud:** El aprendizaje no es una tarea fácil para los estudiantes. Es esencial para ellos poseer diligencia, ingenio y conciencia para mejorar su aprendizaje. Para generar resultados académicos positivos, es esencial que los estudiantes mantengan su salud psicológica y física. Cuando un estudiante está sano, podrá contribuir con

un papel activo en el aprendizaje. Por otro lado, factores como el estrés, la ansiedad, el miedo, el trauma, la depresión o los problemas de salud física demuestran ser impedimentos en el curso de sus logros académicos. Es vital para los estudiantes disfrutar y mirar hacia la escuela y las actividades de la clase desde un punto de vista positivo. Consumir una dieta saludable y nutritiva, participar en actividades extracurriculares, mantener la calma y disfrutar del estudio son algunos de los aspectos que ayudan a mantener una buena salud física y psicológica (Srinivas y Venkatkrishnan, 2016).

- **Motivar y animar a los estudiantes:** En el aprendizaje académico, algunos de los conceptos son difíciles de aprender y comprender. Cuando los problemas y dificultades son experimentados por el estudiante, entonces necesitan obtener ayuda de otros. Cuando los estudiantes no pueden obtener las calificaciones deseadas, en lugar de enojarse con ellos, los maestros y los padres deben proporcionar ayuda y asistencia. Deben motivar a los estudiantes y alentarlos a que se desempeñen bien en el futuro. Necesitan entender sus debilidades y ayudarlas. Cuando los estudiantes encuentran ciertas áreas difíciles de aprender, entonces los maestros deben repetir los conceptos, proporcionarles tareas de clase y tareas, para que puedan adquirir una comprensión completa de los conceptos (Srinivas, y Venkatkrishnan, 2016).
- **Discapacidades visuales y auditivas:** Las discapacidades visuales y auditivas se consideran factores relacionados con la enfermedad. Hay estudiantes, que experimentan estos problemas. Pero cuando están orientados hacia el logro, no permiten que estos problemas se conviertan en barreras en el curso del logro de sus objetivos académicos. Cuando estos problemas son graves y los estudiantes no cuentan con los recursos necesarios para facilitar el aprendizaje, es probable que su rendimiento académico se vea afectado de manera negativa. La discapacidad visual generalmente impone problemas en la escritura a mano y en la observación de los pizarrones. La discapacidad auditiva impone problemas al escuchar las instrucciones y explicaciones dadas por los maestros dentro de las aulas y se asocia con un desarrollo deficiente del lenguaje. Impide las habilidades de comunicación de los estudiantes y, por lo tanto, su rendimiento

académico se ve influenciado de manera negativa (Srinivas, & Venkatkrishnan, 2016).

- **Servicios de asesoramiento y orientación:** En las escuelas secundarias, existen numerosos problemas y dificultades que los estudiantes experimentan. Algunos incluso pueden involucrarse en actos violentos y criminales, abuso de drogas, VIH, otras infecciones de transmisión sexual, embarazos de adolescentes, abortos inducidos y desempleo. Estos factores tienen un impacto directo no solo en su rendimiento académico, sino también en sus vidas. Estos pueden obstaculizar su enfoque psicológico e incluso pueden experimentar problemas de depresión, trauma o estrés en gran medida. Es necesario establecer servicios de orientación y orientación en las escuelas para ayudar a los estudiantes a proporcionar soluciones a sus problemas, centrarse en sus estudios y convertirse en miembros responsables de la comunidad (Maganga, 2016). Es vital para los individuos, que trabajan como asesores para especializarse en un área en particular y poseen conocimientos, experiencia y habilidades adecuados. La asesoría se relaciona con varias áreas, tales como la carrera, el mundo académico, la depresión, el estrés, la salud, los problemas familiares, etc.
- **Desarrollo de habilidades de estudio:** Para mejorar el rendimiento académico, es vital para los individuos desarrollar habilidades de estudio dentro de sí mismos. Los propios alumnos deben generar conciencia sobre las habilidades de estudio para que puedan producir los resultados académicos deseados. Algunas de las habilidades de estudio incluyen, memorizar de los libros de texto u otros materiales, tomar notas, practicar escribir ensayos y artículos, especialmente en idiomas, practicar cálculos matemáticos, etc. Una de las áreas importantes es que, cuando uno está estudiando, es vital concentrarse completamente en sus estudios. La incapacidad para concentrarse completamente es uno de los factores que conduce a resultados académicos no deseados. La memorización es considerada como una de las técnicas raras, por lo tanto, los maestros alientan a los estudiantes a comprender los conceptos en lugar de memorizarlos.
- **Gestión del tiempo:** Los estudiantes de las escuelas secundarias tienen un horario apretado, por lo que es vital para ellos generar conciencia en

términos de una gestión eficaz del tiempo. La investigación ha indicado que el horario normal de los estudiantes de la escuela secundaria comprende las horas escolares, por lo que deben pasar algún tiempo para completar las tareas del hogar. También se involucran en algunos tipos de actividades extraescolares y deportes. Jugar y participar en actividades creativas, no solo les ayuda a concentrarse mejor, sino que también son capaces de estimular sus mentalidades. Para los estudiantes de secundaria, es importante involucrarse en actividades extracurriculares y para este propósito, necesitan implementar habilidades adecuadas de gestión del tiempo. Es esencial para los estudiantes crear un equilibrio entre todas las tareas y actividades. Las actividades que son más importantes deben tener más tiempo y se puede dedicar menos tiempo a las actividades que son menos importantes. Ambiente del hogar: el ambiente del hogar debe ser amigable y agradable para generar resultados académicos apropiados. Dentro del hogar, entre los miembros de la familia, es vital iniciar medidas para formar términos y relaciones efectivas. Deben comunicarse entre sí de manera adecuada y minimizar la aparición de conflictos y disputas. La investigación ha indicado que pueden producirse conflictos entre hermanos en términos de uso de tecnología, libros o artículos de papelería, por lo tanto, es vital para los padres asegurarse de que todos los niños reciban los materiales necesarios para mejorar su aprendizaje. La disponibilidad de materiales y las condiciones ambientales amigables con el hogar son esenciales para que los estudiantes se centren en los estudios y generen los resultados académicos deseados.

- **Métodos de enseñanza-aprendizaje:** Los métodos y estrategias de enseñanza-aprendizaje deben ser apropiados y alentadores para los estudiantes. Los maestros en la escuela son los que contribuyen una parte imperativa en la promoción del aprendizaje entre los estudiantes. Es esencial para ellos asegurar que los métodos de enseñanza utilizados resulten beneficiosos para los estudiantes. Por ejemplo, si los estudiantes pueden aprender mejor a través del dictado de notas, entonces los maestros deben proporcionar notas. Si los estudiantes pueden aprender mejor a través de una explicación verbal, entonces deben promover una explicación verbal, etc. Dentro del hogar, si los estudiantes toman clases

particulares de ciertas materias académicas, como matemáticas o ciencias, o si sus padres les enseñan, también es vital para los padres y tutores asegurarse de que se implementen métodos efectivos de enseñanza-aprendizaje, lo cual puede fomentar el aprendizaje entre los estudiantes y ayudarlos a comprender mejor.

- **Accesibilidad y profesionalismo:** Los maestros de la escuela deben ser accesibles y profesionales en su conducta. Son ellos, a quienes se acercan los estudiantes, en caso de que tengan problemas y dificultades. Cuando los profesores son amables y generosos, los estudiantes se sienten cómodos no solo para acercarse a ellos, sino también para aclarar sus dudas. El profesionalismo y la actitud accesible por parte de los profesores es de suma importancia para influir de manera positiva en el rendimiento académico de los estudiantes. Por otro lado, en el hogar, los padres o tutores son los que supervisan sus estudios, por lo tanto, es vital para ellos ser profesionales en su conducta. La enseñanza debe ser implementada de manera tranquila y agradable. Debe evitarse cualquier tipo de actitud áspera, ya que puede desmotivar a los estudiantes.

Rodríguez (1980), afirma, diversas investigaciones demuestran que los factores independientes al rendimiento del sujeto influyen en los resultados académicos. Larrosa (1994), precisa, los siguientes factores que influyen en el rendimiento académico:

1.2.3.1. Factores endógenos

Los factores endógenos, hacen referencia a todos aquellos factores relacionados con la persona evidenciando sus características neurobiológicas y psicológicas. Enríquez (1998), sostiene que la variable; personalidad con sus diferentes rasgos y dimensiones tiene correlación con el rendimiento académico, existen un conjunto de variables de personalidad que modulan y determinan el estudio y el rendimiento académico, estas variables han resultado ser de escaso poder de tipo intelectivo como la extroversión, auto concepto y ansiedad.

El autor referido precisa que la inteligencia como una variable psicológica se relaciona de modo moderado con el rendimiento académico del estudiante; donde las formas de medir y entender la inteligencia son factores

incluyentes y complementarios. Por un lado, utilizando la formación que suministran los test de inteligencia como predictor del fruto académico del alumno; y por otro lado para obtener un diagnóstico de las aptitudes en las que se pueden intervenir para mejorar el nivel académico.

Crozer (2001), referido por Simonton (1987), explica que la motivación como un rasgo de la personalidad predica y concluye un excepcional rendimiento. Alcanzar elevados niveles de motivación permite dominar conocimientos dentro de un marco de disciplina, perseverancia, autonomía y confianza en sí mismo, la motivación es un rasgo fundamental para el rendimiento.

Manassero (1995), sostiene que el nivel de autoestima es responsable de muchos éxitos o fracasos académicos, por consiguiente si se logra construir en el estudiante la confianza en sí mismo, el estará más dispuesto a enfrentar obstáculos, dedicará mayor esfuerzo para alcanzar metas educativas, pues un positivo nivel de autoestima conlleva a la autorrealización y satisfacción académica que coadyuva al desarrollo personal, social, profesional de un individuo.

El autoconcepto académico, la automotivación, el autoconocimiento, la autoevaluación y la autoapreciación son elementos, de la autoestima que se relacionan directamente con el rendimiento académico, donde el autoconcepto requiere que el estudiante establezca niveles de confianza y aprecio por otras personas, con acciones personales coherentes con los propios intereses y sentimientos. En cuanto a la automotivación, este elemento de la autoestima permite al estudiante tener una fuerza interior la cual hace posible vencer todo obstáculo que impida el buen desarrollo académico. Por lo tanto, es necesario que él cuente con motivación y voluntad para cumplir estrictamente con su horario de estudios y la organización de sus actividades académicas.

Cardozo (2000), señala que la automotivación elevada del alumno es capaz de superar las limitaciones académicas, vencer la flojera, la desorganización, la falta de un lugar y ambiente adecuado de estudio. Respecto al autoconocimiento, éste permite reconocer habilidades mientras la autoevaluación ayuda al alumno a comprender mejor lo que sabe y lo que no; con el propósito de mejorar resultados académicos. Todas estas variables no

se excluyen entre sí; dentro de los factores personales se hallan otros que se derivan de las relaciones entre el individuo y su ambiente familiar, escuela, medio; por un lado están asociados a las características propias del individuo; y por otro lado se van constituyendo como fruto de la interacción de él con los demás agentes educativos de su entorno.

Por su parte Coll (1995), refiere que los factores endógenos del rendimiento académico son: la inteligencia y actitudes; la personalidad y la motivación, estas variables actúan instruccionalmente para mejorar el rendimiento académico; entrenando habilidades y desarrollando el estilo más adecuado, asegurando de esta manera el éxito del mismo. En este sentido García y Palacios (2000), consideran para que el alumno consiga un nivel intelectual eficaz, debe en primer lugar poseer las capacidades y el desarrollo psicológico necesario; y en segundo lugar las técnicas y el hábito de estudio. Por consiguiente, sin la preparación necesaria el rendimiento del alumno es deficiente, porque en gran medida la hace posible. Sin embargo, dicha preparación depende del historial académico; esto es, de su pasado educativo si este no es bueno, las probabilidades de fracaso aumentan y viceversa en este sentido es muy importante conocer dicha preparación.

1.2.3.2. Factores exógenos

La influencia externa en el rendimiento académico es preponderante para el éxito o fracaso del mismo. Las variables familiares, sociales y económicas de los estudiantes y sus características comunes son factores que influyen en el rendimiento académico. Fotheringham y Creal (1980), Es importante a la hora de hacer cualquier consideración sobre el rendimiento académico tener en cuenta el contexto social, los criterios del éxito educativo están incluidos en el éxito social.

El rendimiento académico se acomoda a las necesidades de la sociedad donde las variables socioculturales, el medio social de la familia y nivel cultural de los mismos; son un soporte sólido para que el alumno se perfile a tener éxito.

Factores académicos; los aspectos relacionados con la pedagogía y la didáctica inciden en el rendimiento teniendo en cuenta el plan de estudio adecuado, estilos de aprendizaje, planificación docente con contenidos

pertinentes, actividades adecuadas, objetivos bien definidos, recursos, medios, tiempo debidamente distribuido y ambiente acogedor.

Así mismo los factores organizativos o institucionales requieren de infraestructura que responda al número de estudiantes con espacio favorable, equipos de acuerdo a la exigencia de la formación profesional, mobiliario en buen estado.

Otro factor relevante está relacionado con el profesor, el cual debe responder a un perfil, cuyas características personales, la formación profesional, sus expectativas respecto a los alumnos, con una cultura de preparación continua juegan un papel importante en el logro académico. Está clasificación no es, absoluta, además de todas las variables menos mencionadas, se encuentran factores que no son exclusivas de uno solo de los bloques establecidos, sino que surge de la relación entre el estudiante, la familia, el medio social y educativo. Para Domínguez (1999), el docente como factor externo influye directamente en el resultado académico de los estudiantes.

Larrosa, (1994), explica que, la herencia y el ambiente se interrelacionan en el desarrollo de una persona. Si biológicamente no existen problemas, el ambiente actúa estimulando el desarrollo de las potencialidades del educando; este ambiente es compartido entre la familia, institución educativa y sociedad que confluyen aportando sus variables a la conformación del sujeto, que es quien manifiesta, con sus respuestas, su situación, puede asimilar de forma distinta su entorno, reaccionando ante él de manera positiva o negativa de acuerdo con los patrones vigentes, siendo, por tanto, el principal agente de sus actuaciones.

1.2.4. Evaluación del rendimiento académico

Probablemente una de las dimensiones más importantes en el proceso de enseñanza aprendizaje lo constituye el rendimiento académico del alumno. Cuando se trata de evaluar el rendimiento académico y cómo mejorarlo, se analizan en mayor ó menor grado los factores que pueden influir en él, generalmente se consideran, entre otros, factores socio-económicos, la amplitud de los programas de estudio, las metodologías de enseñanza utilizadas, la dificultad de emplear una enseñanza personalizada, los conceptos

previos que tienen los alumnos, así como el nivel de pensamiento formal de los mismos (Benítez, Giménez y Osicka, 2000).

En nuestro sistema educativo actual, el rendimiento académico de la Educación superior se mide mediante un valor numérico que va desde 0 a 20 y estas son las calificaciones que se obtienen mediante exámenes, trabajos, observación del catedrático, entre otras herramientas que se utilizarán para medir el rendimiento académico del estudiante.

1.2.5. Pautas de actuación para mejorar el Rendimiento Académico.

Según Tejedor y García-Valcárcel (2007) las pautas se dividen en:

En relación a la Institución:

- Buscar estrategias para elevar el nivel de conocimiento de los estudiantes previamente a su ingreso en la Universidad, de forma especial en los estudios de Ciencias.
- Pudiera pensarse en un curso preparatorio con las asignaturas claves de los distintos tipos de estudios que los estudiantes puedan cursar en un «curso previo»
- Potenciar la coordinación de los programas de las materias que se imparten en los planes de estudios, favoreciendo la comunicación entre los Docentes que participan en los mismos.
- Favorecer las actividades culturales y de estudio (clases, cursos, conferencias, etc.), la creación de espacios de trabajo (salas de estudio, aulas, Seminarios, etc.) y el acceso a los recursos necesarios (bibliotecas, centros de recursos multimedia, etc.) para que los estudiantes encuentren un clima propicio y estimulante para el trabajo académico.

En relación a los estudiantes:

- Potenciar los servicios de orientación al estudiantado, tanto preuniversitario como universitario para mejorar tanto sus hábitos y técnicas de estudio como sus actitudes de responsabilidad, esfuerzo y autoexigencia.
- Revalorizar la función de la tutoría como una actividad Docente en la que debe desempeñar tareas no sólo de control y seguimiento del aprendizaje sino también de

orientación académica y apoyo en las dificultades de aprendizaje.

- Propiciar una mayor exigencia al estudiante para llevar a cabo una asistencia regular a las clases, limitando al máximo el absentismo de los estudiantes sin causas justificadas.
- Clarificar al estudiante desde los primeros momentos las posibilidades laborales que las distintas titulaciones les brindan, ofreciéndoles una perspectiva realista y a la vez estimulante.

En relación a los Docentes:

- Tomar medidas orientadas al reconocimiento de las tareas que llevan a cabo los Docentes; que exigen no sólo impartir las clases, sino también actividades de puesta al día, preparación de materiales, corrección de ejercicios y organización de prácticas.
- Potenciar la formación pedagógica del Docente, haciendo hincapié en la adquisición de estrategias y técnicas de motivación para trabajar con los estudiantes.
- La conveniencia de asumir los nuevos planteamientos de la: enseñanza centrada en el aprendizaje autónomo del estudiante en todas sus proyecciones metodológicas, especificación clara de competencias a conseguir en el estudiante, integración progresiva de las nuevas tecnologías, mayor actividad del estudiante, evaluación formativa, etc.
- Motivar al joven universitario a realizar actividades orientadas al logro y a persistir en ellas.
- Fomentar en los estudiantes una alta autoestima.
- Contribuir a la resolución de conflictos personales mediante la orientación y comprensión.

- Contar con indicadores fiables del Rendimiento Académico (notas, informes, revisiones y autoevaluaciones desde diferentes ángulos).
- Distribuir los contenidos teniendo en cuenta las características de los estudiantes.

1.2.6. Riesgo académico

Los alumnos a los que las cosas les van mal en el rendimiento académico, son el grupo de los estudiantes que están con riesgo académico, porque está directamente relacionado con una posible repitencia del año académico o fracaso académico. Se encuentran en riesgo académico porque no alcanzan los niveles mínimos de exigencia establecidos por cada área.

En la investigación, los estudiantes con riesgo académico serán aquellos que desaprueban en el II trimestre tres o más áreas académicas, ya que estarán en peligro de repitencia, así lo dispone la Normatividad vigente del Ministerio de Educación: repiten de año los alumnos de educación secundaria, con cuatro áreas desaprobadas, ó 3 áreas desaprobadas al finalizar el año académico más un área que lleva como curso de cargo o desaprobado en los grados anteriores.

Conocedoras de la realidad académico por la experiencia docente, podemos afirmar que los estudiantes que desaprobaron varias áreas, salvo casos especiales, son estudiantes con problemas de aprendizaje o de otra índole; que muy rara vez pueden superarlo.

1.2.7. Importancia del rendimiento académico

El Rendimiento Académico se considera importante porque permite determinar en qué medida los estudiantes han logrado cumplir con los indicadores de evaluación propuestos, no sólo sobre los aspectos de tipo cognoscitivos sino en muchos otros aspectos y hasta en la vida misma; puede permitir obtener información para establecer estándares; no sólo puede ser analizado como resultado final sino mejor aún como proceso y determinante del nivel. El rendimiento académico es fruto del esfuerzo y la capacidad de trabajo no sólo del estudiante, sino también del docente; el conocer y precisar estas

variables conducirá a un análisis más minucioso del éxito académico o fracaso de ambos (Taba, 1998).

1.2.8. Evaluación y la universidad

En una forma genérica puede decirse que la evaluación "es una actividad orientada para determinar el mérito o el valor de algo". Es, por consiguiente, una actividad del ser humano, y como tal siempre ha sido llevado fuera y es aplicable en muchas áreas de conocimiento humano. Ahora, cuando esta actividad es adjetival o con salvedades como "educativa" quiere decir que es llevada fuera dentro y para una actividad más amplia: Educación. Si consideramos que la educación es un proceso que sigue un sistema e intencional, las actividades a su servicio, así como en este caso la evaluación, tendrán que participar de las mismas características. Lo que es de interés hoy es evaluación como una actividad que sigue un sistema al servicio de la educación. Según las palabras de Gimeno (1992): "la evaluación se refiere a cualquier proceso por el cual una cierta cantidad o varias características de un estudiante, un grupo de estudiantes, un medio ambiente educativo, objetos educativos, materiales, maestros, programas, etc. que reciben la atención del que evalúa, sus características y sus condiciones son analizadas y avaluadas según algunos criterios o" puntos de referencia "para emitir un juicio pertinente para la educación".

Así, en una forma resumida, podemos describir las características que definen la evaluación educativa:

A) Evaluar está comparando: Al evaluar llevamos fuera de medida de dos (comparando los datos obtenidos en la medida con los criterios de referencia y los niveles o los estándares (coleccionando información) actividades y evaluando.

B) La evaluación es un proceso que sigue un sistema: La evaluación no es un acontecimiento específico, sino un set de procesos que están mutuamente condicionados y actúan en una manera integrada, es decir, como un sistema. Y al mismo momento que son integrados en otro sistema: el sistema que aprende enseñanza.

C) El elemento más característico de la evaluación es la formulación de un juicio de valor en el resultado dado por la medida. Esto quiere decir que cada análisis de evaluación tiene un carácter axiológico (la jerarquía de valores adoptados) y esto sugiere la necesidad para considerar ambos problemas éticos y problemas técnicos.

D) La evaluación tiene una naturaleza global y global desde los factores que afectan los procesos educativos y afectan los resultados son múltiplo y actúan conjuntamente e interactivamente. Una cierta cantidad que hace mella más directo, como: el equipaje previo con el cual los estudiantes llegan, la función del maestro durante el proceso educativo o los objetivos contenidos en el programa del tema; y los otros cuya influencia es menos inmediata y que está relacionado con el hecho que el tema responde para un perfil de entrenar en el cual la universidad debería responder como una institución.

E) La evaluación educativa tiene objetos múltiples de valoración. Éstas pueden ser ideas basadas en experiencias pasadas que influencian el comportamiento (la evaluación Institucional), como cemento armado (las estrategias didácticas, los recursos, etcétera ...). Usted puede tener en la mira a personas como el caso de evaluación del maestro o valoración estudiante.

1.2.9. Significado de la evaluación en la universidad.

Decir que la evaluación es una parte sustantiva y necesaria del proceso de capacitación puede parecer obvio. Pero es conveniente dejar ese principio en su lugar desde el principio porque si no estamos siempre involucrados en un debate prolongado sobre la legitimidad y / o la idoneidad de las evaluaciones. Empecemos, pues, por el hecho de que la evaluación forma parte del currículo universitario. Es decir, forma parte del proyecto de formación (que es el currículo) que cada Facultad desarrolla. La formación que ofrece la Universidad tiene unas características particulares que la diferencian de la formación que se imparte en otros centros de formación. La principal es su carácter puramente profesional y su "acreditación". Se supone que, en cierto modo, la Universidad garantiza que los estudiantes que completan los estudios completan su formación o, al menos, alcanzan el nivel suficiente para poder ejercer la profesión correspondiente a los estudios realizados. Es cierto que esta cualidad

de acreditación se está relativizando en los últimos años. Cada vez más carreras que no califican para el ejercicio de la profesión. A los estudios universitarios se añaden nuevas secciones de formación y/o certificación, normalmente supervisadas por los organismos profesionales correspondientes o por el Estado. Aquellos que terminan su carrera tienen que viajar incluso por cursos de especialización o tienen que realizar diversas pruebas y exámenes para conseguir la acreditación suficiente para el ejercicio de la profesión.

Pero en cualquier caso, esta doble dimensión (formación y acreditación) es un elemento básico a la hora de analizar el significado de la evaluación en la sede universitaria. Como parte del proceso de formación, la evaluación debe ser la gran "diana" a través de la cual obtendremos información actualizada sobre cómo se desarrolla el proceso de formación y sobre la calidad del aprendizaje efectivo de nuestros alumnos. Como parte del proceso de acreditación, la evaluación es un mecanismo necesario para verificar que nuestros estudiantes poseen las habilidades básicas requeridas para el correcto ejercicio de la profesión que aspiran a ejercer. Se supone que los graduados de la universidad deben continuar su proceso de formación durante mucho más tiempo (ahora insiste en la idea de que esta formación debe permanecer activa a lo largo de toda la vida: el aprendizaje a lo largo de toda la vida), pero la institución garantiza que el recién graduado posee, al menos, los conocimientos mínimos para incorporarse a la profesión.

Ese es el doble papel que desempeña la evaluación en la Universidad. Sin una evaluación bien hecha, no hay forma de saber si las cosas van bien o no con respecto a la formación ofrecida (y en general a todos los dispositivos puestos en marcha para que la formación tenga lugar: desde los recursos materiales hasta los metodológicos, desde los contenidos de la formación hasta su organización). Sin una evaluación bien hecha, sería irresponsable que las universidades otorgaran títulos profesionales porque no tendrían pruebas del nivel real de conocimientos y competencias de los estudiantes que completan sus estudios. Tampoco sabrían si el diseño de sus proyectos de formación ha sido bueno y si, de hecho, se ha desarrollado en el sentido deseado.

CAPITULO II

DISEÑO METODOLÓGICO

2.1. Planteamiento del problema

Los medios de comunicación social han evolucionado vertiginosamente gracias al avance tecnológico. Actualmente es cotidiano conectarse visualmente con un interlocutor en cualquier parte del mundo de forma inmediata y con buena calidad. Los medios y herramientas digitales han cambiado nuestra posibilidad de aprender e incluso la forma en que lo hacemos. Si la tecnología ha irrumpido con fuerza en tantos aspectos de la vida cotidiana, cómo no ha de hacerlo también en la educación y en los procesos de formación tanto de estudiantes como de cualquier profesional.

Los medios de comunicación social o de masas nos ayudan a relacionarnos con el mundo y nos conducen a una sociedad cada vez más global. Nunca como ahora los ciudadanos han estado tan informados. Los tres grandes medios de comunicación actuales: prensa, radio y televisión, a los que se suma el internet, nos acercan a una actualidad cada vez más inmediata. A su función informativa, se añade la de creación de opinión, un efecto que se puede comprobar fácilmente a través de encuestas y sondeos.

Pero igualmente estos medios de comunicación social también tienen su lado negativo ya que muchas veces son manipulados con el objetivo de mal informar a las personas más aún si estos son estudiantes los cuales por su falta de cultura y conocimiento y manejo de información resultan siendo engañados o mal informados y en otros casos como el internet en sus redes sociales como WhatsApp y Facebook los estudiantes le vienen dando un uso exagerado los cuales causan la distracción y la falta de atención en horas de clase y fuera de ella ya que la mayoría de estudiantes le dedican horas de su tiempo al uso de las redes sociales; lo que influye en alguna medida en el rendimiento académico de los estudiantes

Hoy en día los estudiantes desconocen la realidad social, económica, política en la cual se desenvuelve el Perú, porque no leen, no escuchan noticias, no leen periódicos; lo que hace que estén con un bajo nivel de conocimiento de nuestra realidad actual; más aún si este conocimiento estaría sujeto a los contenidos de las diferentes asignaturas desarrollas en su etapa como estudiante siendo el caso de los estudiantes del nivel superior en el primer semestre de estudio de sus carreras profesionales desarrollan las asignaturas de; realidad nacional, métodos de estudio, lenguaje, filosofía, matemáticas, etc. Los que hace que en alguna medida su rendimiento académico no sea satisfactorio.

Es por ello que la presente investigación pretendé dar conocer cuál es la influencia de los medios de comunicación social en el rendimiento académico de los estudiantes del primer semestre de la carrera de ingeniería industrial de la Universidad San Martin de Porres Filial Arequipa, ya que pudo observar sé que los mencionados estudiantes no le vienen dando importancia al uso se los medios de comunicación social, algunos presentan un bajo rendimiento académico en algunas asignaturas como realidad nacional, métodos de estudio.

2.2. Justificación

La necesidad natural para el hombre, de estar en contacto con otras personas, ha provocado el incremento de los medios de comunicación social cambiando la manera en la que vivimos y sobre todo como interactuamos con

el resto del mundo. En la actualidad estos medios se han convertido en parte de la vida cotidiana

A lo largo de los últimos años han generado una revolución total en el mundo de las comunicaciones, convirtiéndose en un fenómeno social que ha impactado en diferentes ámbitos del ser humano, entre ellos en la educación.

Los medios de comunicación social prensa, radio y televisión y principalmente el internet es uno de los servicios más utilizados actualmente, especialmente por los jóvenes estudiantes; los cuales, al no darle un uso adecuado, creer todo lo que se lee, escucha, se escribe, etc. Sin investigar nos puede proporcionar informaciones y/o comunicaciones equivocadas más aún si estas son manejadas hacia un interés, etc.

Estos medios de comunicación se han convertido en indispensable en la vida de toda personal de manera que permite la comunicación abierta y flexible; estos medios inciden más que nunca en la educación de las nuevas generaciones, moldean gustos e incluso influyen en la manera como el individuo se relaciona consigo mismo, con sus semejantes.

Los medios de comunicación social tienen un valor de acercar el aprendizaje informal y el formal, por eso es importante resaltar que el docente tiene un papel significativo, puesto que participa en el proceso de generar conocimientos junto con el estudiante de forma construida y compartida; mejorando con ello su rendimiento académico al cocer más y al estar mejor informado.

2.3. Formulación de preguntas

2.3.1. Pregunta general

¿Cuál es la relación entre el uso de los medios de comunicación social y el rendimiento académico en los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de ingeniería industrial de la Universidad San Martin de Porres Filial Arequipa, 2018?

2.3.2. Preguntas especificas

¿Cuál es el uso de los medios de comunicación social en los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de ingeniería industrial de la Universidad San Martin de Porres Filial Arequipa, 2018?

¿Cómo es el rendimiento académico en los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de ingeniería industrial de la Universidad San Martin de Porres Filial Arequipa, 2018?

¿Cuál es el grado de relación entre el uso de los medios de comunicación social y el rendimiento académico en los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de ingeniería industrial de la Universidad San Martin de Porres Filial Arequipa, 2018?

2.4. Objetivos

2.3.1. Objetivo general

Determinar la relación entre el uso de los medios de comunicación social y el rendimiento académico en los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de ingeniería industrial de la Universidad San Martin de Porres Filial Arequipa, 2018

2.3.2. Objetivos específicos

- Precisar como es el uso de los medios de comunicación social en los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de ingeniería industrial de la Universidad San Martin de Porres Filial Arequipa, 2018
- Describir el rendimiento académico en los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de ingeniería industrial de la Universidad San Martin de Porres Filial Arequipa, 2018
- Establecer el grado de relación entre el uso de los medios de comunicación social y su influencia en el rendimiento académico en los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de ingeniería industrial de la Universidad San Martin de Porres Filial Arequipa, 2018

2.5. Hipótesis

H1 Existe una relación entre el uso de los medios de comunicación social y el rendimiento académico en los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de ingeniería industrial de la Universidad San Martin de Porres Filial Arequipa.

2.6. Variables e indicadores

Variable X: Uso de los medios de comunicación social

Indicadores

- Prensa escrita
- Revistas
- Libros
- Radio
- Teléfono
- Carteles
- Imágenes
- Televisión
- Cine
- Internet
- Redes sociales
- Correos electrónicos

Variable Y: Rendimiento académico

Indicadores

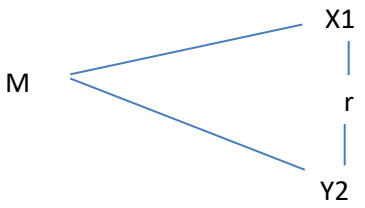
- La ingeniería como profesión
- Enfoque ingenieril en la resolución de problemas
- Herramientas y técnicas básicas de la ingeniería
- Bases geográficas de la realidad nacional y problemática ambiental
- Estructura social y política de la realidad nacional
- Estructura económica y productiva de la realidad nacional

2.6.1. Operacionalización de variables

VARIABLE: X	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS
Medios De Comunicación	Medios impresos	Prensa escrita Revistas Libros	1,2,3,4,5,6
	Medios sonoros	Radio Teléfono	7,8,9,10,11
	Medios visuales	Carteles publicitarios Imágenes	12,13,14,15,16,
	Medios audiovisuales	Televisión Cine	17,18,19,20,21
	Medios multi-mediáticos	Internet Redes sociales Correos electrónicos	22,23,24,25,26,27
VARIABLE: Y	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS
Rendimiento académico	Asignatura Introducción a la ingeniería	La ingeniería como profesión Enfoque ingenieril en la resolución de problemas Herramientas y técnicas básicas de la ingeniería	Alto Medio Bajo
	Asignatura realidad nacional	Bases geográficas de la realidad nacional y problemática ambiental Estructura social y política de la realidad nacional Estructura económica y productiva de la realidad nacional	Alto Medio Bajo

2.7. Metodología

El método que se utilizara en la presente investigación es el método científico. El tipo de investigación es el descriptivo a través de un diseño correlacional, porque se recolectará datos en un solo momento, en un momento único y, además, porque su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. El siguiente esquema sintetiza el diseño a emplearse (Carrasco 2009).



Dónde:

M: Muestra

Variable X: Uso de los medios de comunicación social

Variable Y: Rendimiento académico

r: Grado de relación entre las variables

2.8. Población

La población según Gómez (2006) es “el conjunto total de los objetos de estudio (eventos, organizaciones, comunidades, personas, etc.) que comparten ciertas características comunes, funcionales a la investigación” (p.109).

La población de la presente investigación está conformada por los estudiantes del primer semestre de la carrera de ingeniería industrial de la Universidad San Martin de Porres Filial Sur Arequipa. Se trabajará con el tipo de población censal, es decir con todos los estudiantes del primer semestre de la carrera de ingeniería industrial.

Tabla N° 1

Universidad San Martin de Porres Filial Sur Arequipa	Nº
Estudiantes del I semestre de Ing. Industrial	65
TOTAL	65

2.9. Técnicas e instrumentos para el análisis de datos

Para la variable X: Uso de los medios de comunicación social

Se empleo como la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario; conformada por 27 ítems evaluando las dimensiones: medios impresos, medios sonoros medios visuales, medios audiovisuales y medios multi- mediáticos

Para la variable Y: Rendimiento académico se empleó la técnica del análisis documental y como instrumento la lista de cotejo, evaluando las dimensiones: nivel de rendimiento académico alto, medio y bajo

2.10. Presentación de los resultados

- Tablas porcentuales y gráficos que permiten un mejor entendimiento de las mismas.
- Uso de la medida estadística inferencial con chi cuadrado, tabla de frecuencia y porcentaje y sus gráficos correspondientes.

2.11. Análisis y tabulación de resultados

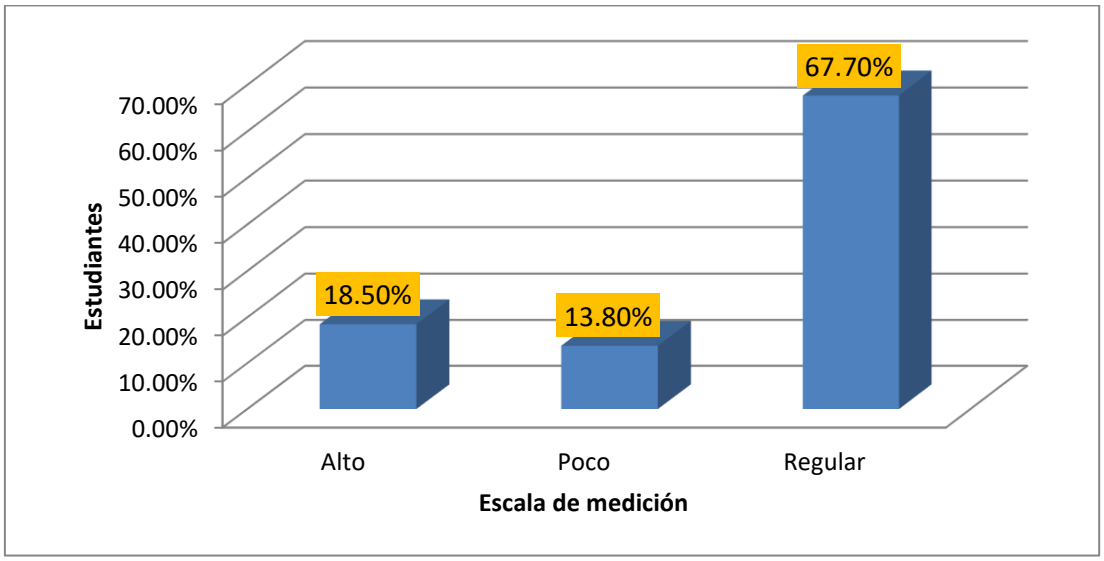
2.11.1. Cuestionario aplicado a los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, 2018.

Tabla 1: Dimensión medios impresos

Escala de medición	fi	%
Alto	12	18,5
Poco	9	13,8
Regular	44	67,7
Total	65	100, 0

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, 2018.

Figura 1: Dimensión medios impresos



Fuente: Tabla 1

Análisis e interpretación

En la tabla y figura 1 de la dimensión medios impresos; se observa que el 67,7% de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, señalan que el uso de medios impresos es regular, el 18,5% que es alta; mientras que el 13,8% señala que es poco.

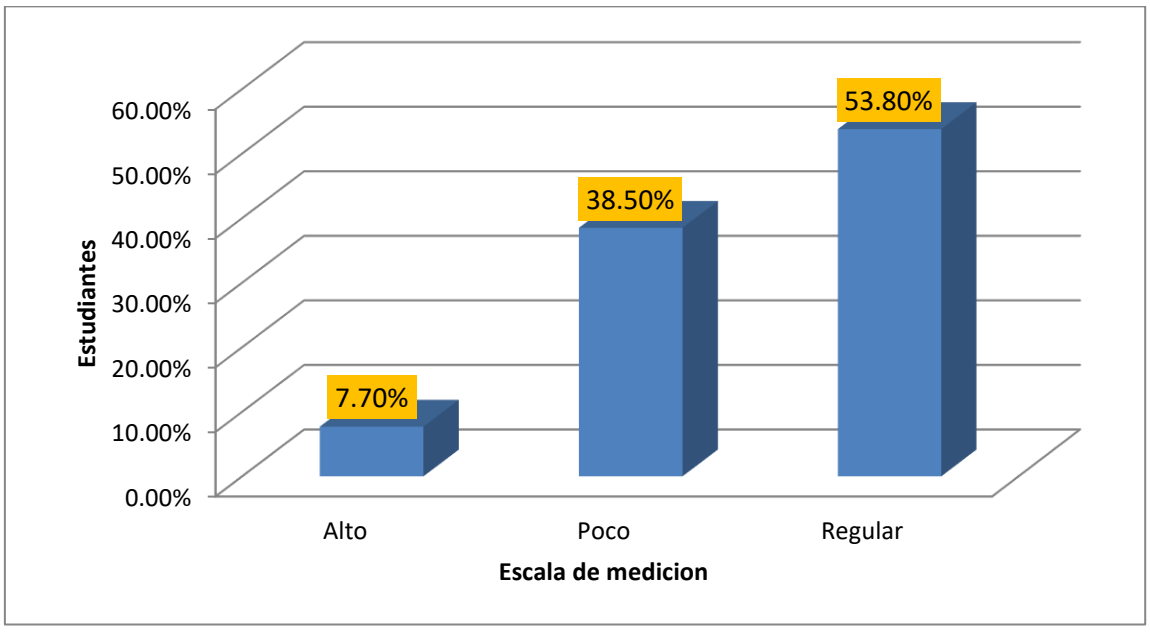
De los resultados obtenidos podemos deducir que la mayoría (67,7%) de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, utilizan de manera regular los medios impresos, como revistas, periódicos y libros.

Tabla 2: Dimensión Medios sonoros

Escala de medición	fi	%
Alto	5	7,7
Poco	25	38,5
Regular	35	53,8
Total	65	100, 0

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, 2018.

Figura 2: Dimensión Medios sonoros



Fuente: Tabla 2

Análisis e interpretación

En la tabla y figura 2 de la dimensión Medios sonoros, se observa que el 53,8% de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, perciben un uso de medios sonoros regular, el 38,5% perciben un poco uso; mientras que el 7,7% manifiestan un uso alto de medios sonoros.

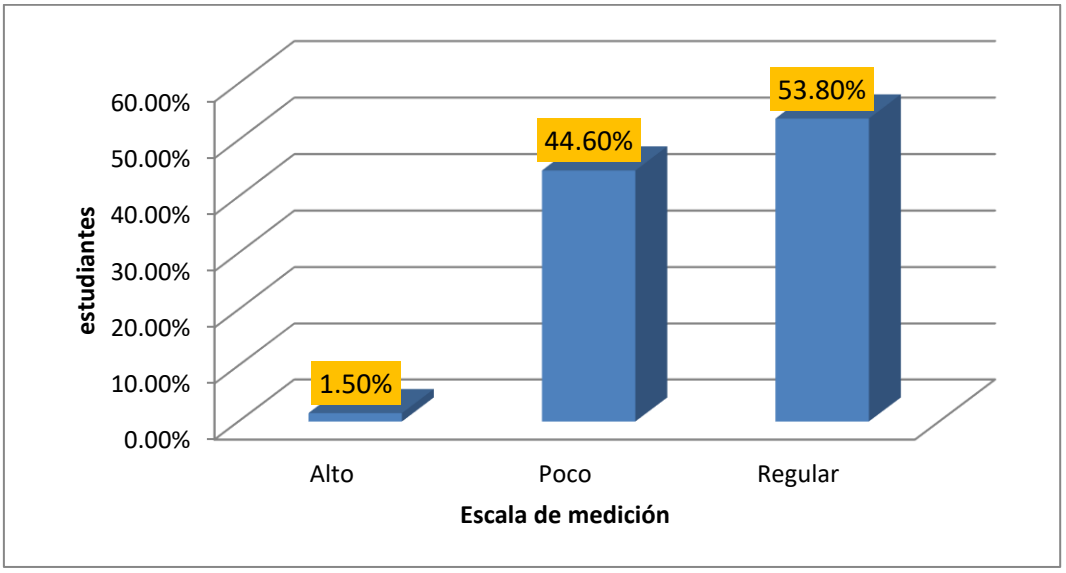
De los resultados obtenidos podemos deducir que la mayoría (53,8%,) de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, perciben un uso de medios sonoros regular; como radio, y teléfono.

Tabla 3: Dimensión Medios visuales

Escala de medición	fi	%
Alto	1	1,5
Poco	29	44,6
Regular	35	53,8
Total	65	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, 2018.

Figura 3: Dimensión Medios visuales



Fuente: Tabla 3

Análisis e interpretación

En la tabla y figura 3 de la dimensión Medios visuales, se observa que el 53,8% de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, presentan un uso regular de los medios visuales, el 44,6% señalan que utilizan poco; mientras que el 1,5% manifiesta que usa bastante los medios visuales.

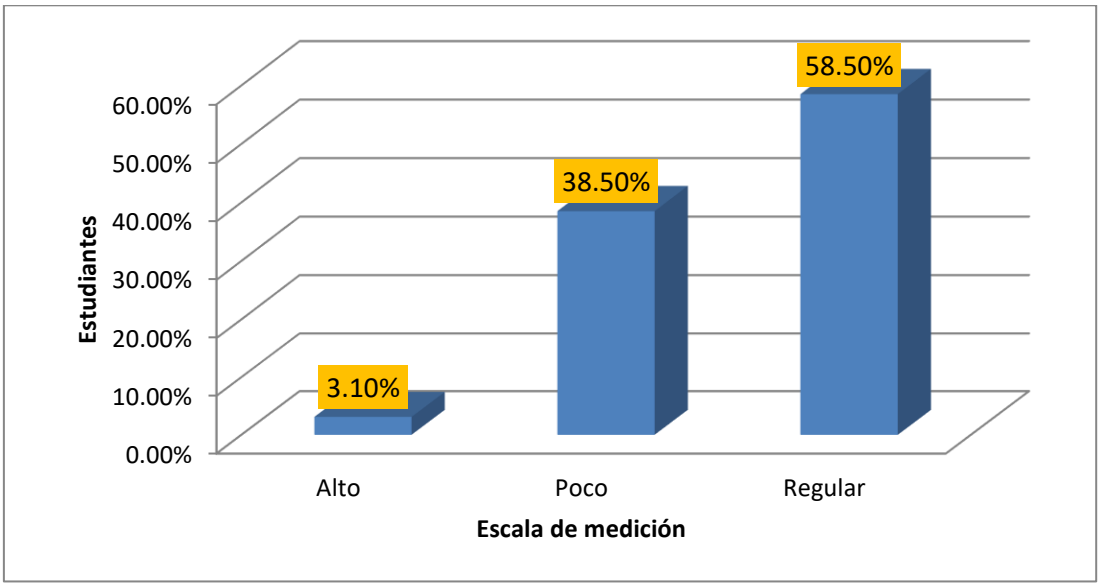
De los resultados obtenidos podemos deducir que la mayoría (58,5%) de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, manifiestan el uso de medios visuales en forma regular; como imágenes, carteles, propaganda escrita.

Tabla 4: Dimensión medios audiovisuales

Escala de medición	fi	%
Alto	2	3,1
Poco	25	38,5
Regular	38	58,5
Total	65	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, 2018.

Figura 4: Dimensión medios audiovisuales



Fuente: Tabla 4

Análisis e interpretación

En la tabla y figura 4 de la dimensión Medios audiovisuales, se observa que el 58,5% de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, presentan un uso regular de los medios audiovisuales, el 38,5% señalan que utilizan poco y similar porcentaje que es buena; mientras que el 3,1% manifiesta que usa bastante los medios audiovisuales.

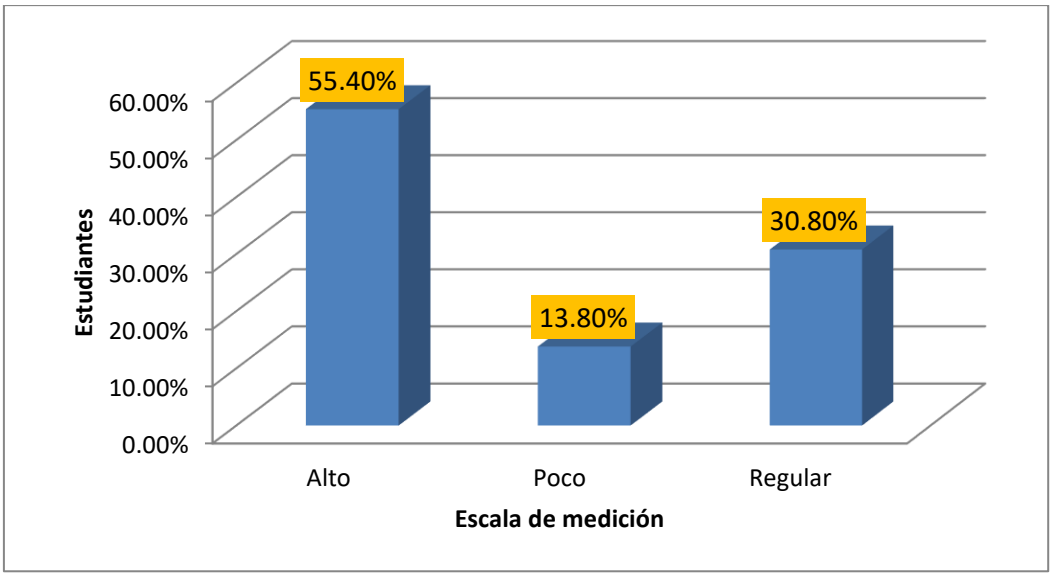
De los resultados obtenidos podemos deducir que la mayoría (58,5%) de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, manifiestan el uso de medios audiovisuales regular; como televisión con noticieros, cine nacional e internacional.

Tabla 5: Dimensión medios multimediáticos

Escala de medición	fi	%
Alto	36	55,4
Poco	9	13,8
Regular	20	30,8
Total	65	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, 2018.

Figura 5: Dimensión medios multimediáticos



Fuente: Tabla 5

Análisis e interpretación

En la tabla y figura 5 de la dimensión Medios multimediáticos, se observa que el 55,4% de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, presentan un uso alto de los medios multimediáticos, el 30,8% señalan que utilizan regularmente y mientras que el 13,8% manifiesta que usa poco los medios multimediáticos.

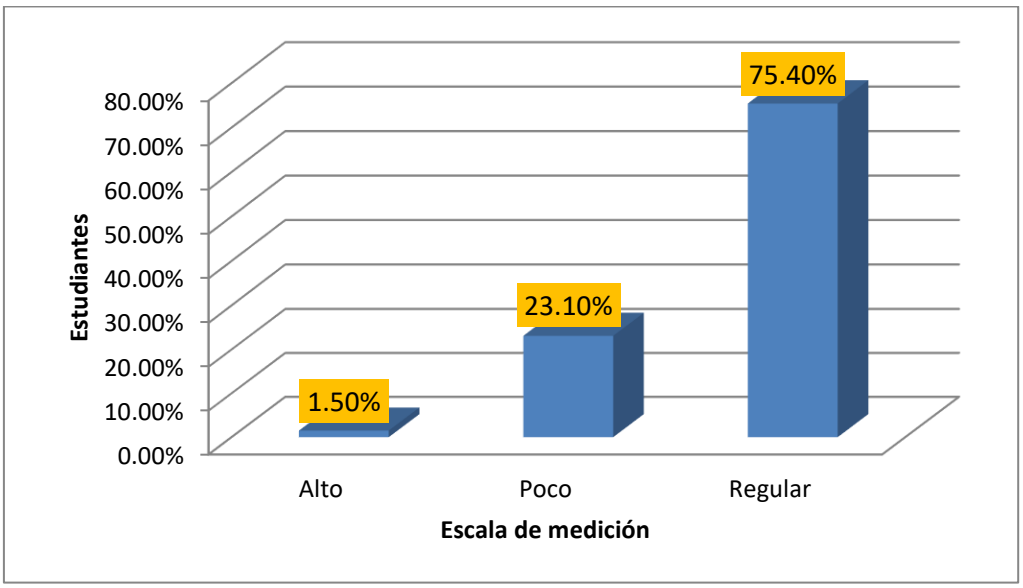
De los resultados obtenidos podemos deducir que la mayoría (55,4%) de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, manifiestan el uso alto de medios multimediáticos, como; Internet, redes sociales, correos electrónicos.

Tabla 6: Variable Uso de Medios De Comunicación

Escala de medición	fi	%
Alto	1	1,5
Poco	15	23,1
Regular	49	75,4
Total	1	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, 2018.

Figura 6: Variable Uso de Medios De Comunicación



Fuente: Tabla 6

Análisis e interpretación

En la tabla y figura 6 de la variable Uso de Medios de Comunicación, se observa que el 75,4% de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa; manifestaron que utilizan de manera regular los medios de comunicación, el 23,1% los usa poco; mientras que sólo el 1,5% le dan un alto uso.

De los resultados podemos concluir que la mayoría de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, manifestaron que los medios de comunicación social los utilizan en un nivel regular (75,4 %).

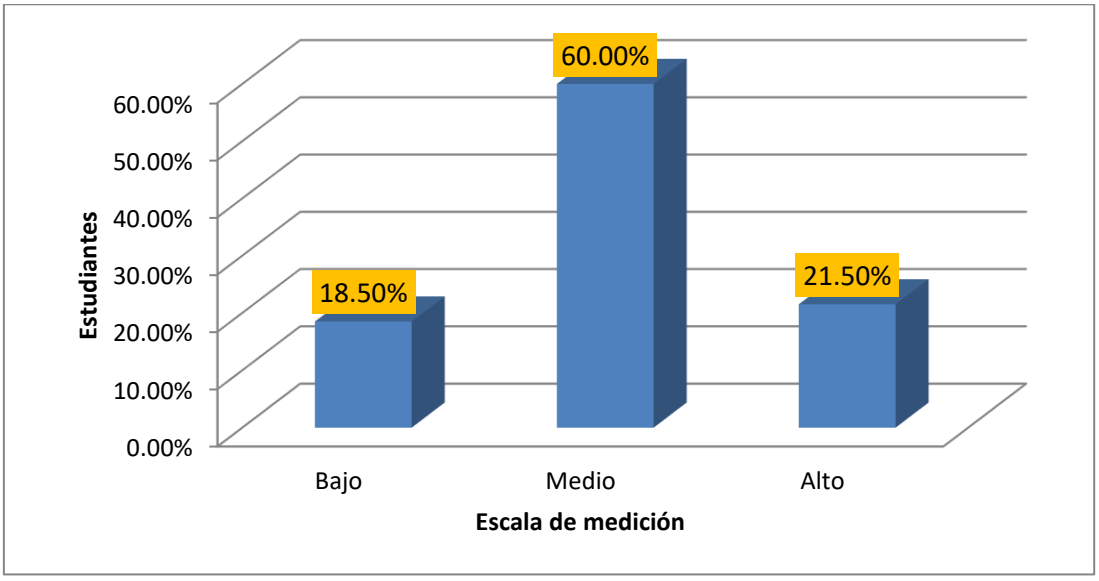
2.11.2. Rendimiento académico

Tabla 7: Dimensión Introducción a la ingeniería

Escala de medición	fi	%
Bajo	12	18,5
Medio	39	60,0
Alto	14	21,5
Total	65	100, 0

Fuente: Análisis documental del acta notas de las asignaturas de realidad nacional y introducción a la ingeniería de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, 2018.

Figura 7: Dimensión Introducción a la ingeniería



Fuente: Tabla 7

Interpretación

En la tabla y figura 7 de la dimensión Introducción a la ingeniería; se observa que el 60% de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, tienen un rendimiento medio en dicha asignatura; mientras que el 21,5% manifiestan un nivel alto de rendimiento y el 18,5% un nivel bajo.

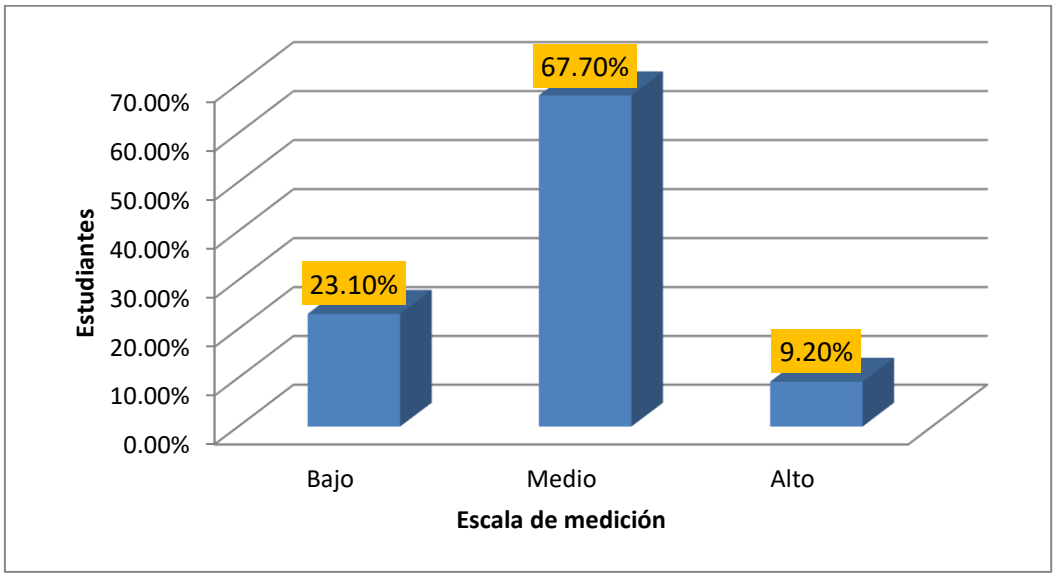
De los resultados obtenidos podemos deducir que la mayoría (60%) de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, presentan un rendimiento medio respecto a la dimensión Introducción a la ingeniería.

Tabla 8: Dimensión realidad nacional

Escala de medición	fi	%
Bajo	15	23,1
Medio	44	67,7
Alto	6	9,2
Total	65	100, 0

Fuente: Análisis documental del acta notas de las asignaturas de realidad nacional y introducción a la ingeniería de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, 2018.

Figura 8: Dimensión realidad nacional



Fuente: Tabla 8

Interpretación

En la tabla y figura 8 de la dimensión realidad nacional; se observa que el 67,7% de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, tienen un rendimiento medio en dicha asignatura; mientras que el 23,1% manifiestan un nivel alto de rendimiento y el 9,2% un nivel bajo.

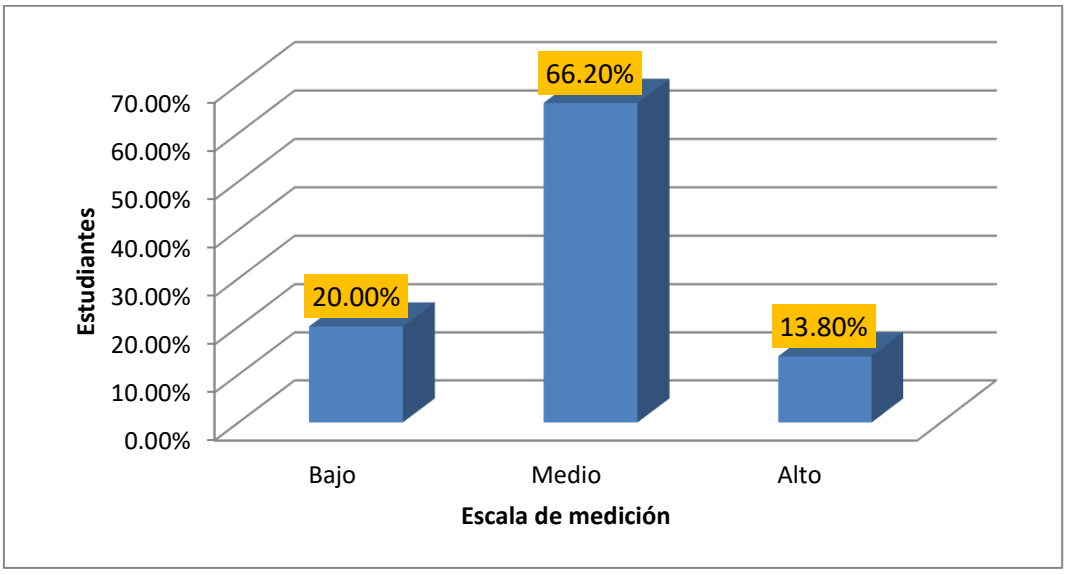
De los resultados obtenidos podemos deducir que la mayoría (67,7%) de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, presentan un rendimiento medio respecto a la dimensión realidad nacional.

Tabla 9: Variable Rendimiento académico

Escala de medición	fi	%
Bajo	13	20,0
Medio	43	66,2
Alto	9	13,8
Total	65	100,0

Fuente: Análisis documental del acta notas de las asignaturas de realidad nacional y introducción a la ingeniería de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, 2018.

Figura 9: Variable Rendimiento académico



Fuente: Tabla 9

Interpretación

En la tabla y figura 9 de la variable Rendimiento académico, se observa que el 66,2% de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, manifiestan un rendimiento medio de 66,2%, mientras que el 20,0% tiene un rendimiento bajo y el 13,8% tiene un rendimiento alto.

De los resultados se puede concluir que la mayoría de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa tienen un regular rendimiento académico.

Tabla 9: Correlaciones entre la variable uso de medios y la variable rendimiento académico

		Rendimiento académico
Uso de medios	Correlación de Pearson	0,793**
	p-valor	0,000
	N	65

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01

Interpretación

Al analizar las correlaciones entre la variable uso de medios y la variable rendimiento académico, se observa que existe relación directa y significativa entre ambas variables, al ser el p-valor inferior o igual a 0.01 (0.000).

En cuanto a la correlación esta también es alta, con un 0.793, muy cercano a la unidad.

De los resultados podemos concluir que existe relación significativa y directa entre las variables uso de medios y rendimiento académico de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, el año 2018

Tabla 10: Medios de comunicación y Rendimiento

			Rendimiento			
			Bajo	Medio	Alto	Total
Medios de comunicación	Alto	Recuento	0	0	1	1
		% del total	0,0%	0,0%	1,5%	1,5%
	Poco	Recuento	11	4	0	15
		% del total	16,9%	6,2%	0,0%	23,1%
	Regular	Recuento	2	39	8	49
		% del total	3,1%	60,0%	12,3%	75,4%
Total		Recuento	13	43	9	65
		% del total	20,0%	66,2%	13,8%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	40,931[a]	4	0,000
Razón de verosimilitud	35,974	4	0,000
N de casos válidos	65		

a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,14.

a) Planteamiento de hipótesis

Hipótesis de investigación Hi: El uso de los medios de comunicación se relaciona con el rendimiento académico.

b) Nivel de significancia o riesgo

α=0,05.

$X_{\text{de tablas}}$: 9,4877

c) Cálculo del estadístico de prueba

$X_{\text{encontrado}}$= 40.931

P-valor= 0.000

d) Decisión estadística

Puesto que el p valor calculado es menor que el nivel de significancia o riesgo (0,000<0.05), y se acepta la hipótesis planteada

e) Conclusión estadística

Se concluye que existe relación entre el uso de medios y el rendimiento académico.

CAPITULO III

PROPUESTA DE SOLUCIÓN

CHARLAS DE CAPACITACIÓN SOBRE EL CORRECTO USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

3.1. Fundamentación

Cada día es más recurrente la aparición de información sin relevancia en portales que buscan incrementar los clics de sus publicaciones, esto incluye a medios de comunicación que recurren a titulares sensacionalistas o a noticias falsas con el mismo fin.

Luego de que esta información emerge, medios masivos o tradicionales (impresos, radio y televisión), retoman dichos contenidos, los ratifican muchas veces sin verificarlos y generan una mayor credibilidad de los mismos.

Nosotros como audiencia, navegantes, televidentes, radioescuchas y lectores de los medios, debemos exigir información y contenidos de calidad, pues estos hacen eco en nuestra cotidianidad, son constante tema de conversación e incluso llegan a influenciar nuestras decisiones personales y colectivas.

Por ello es importante elegir de forma adecuada la manera como nos informamos; mas aun si se trata de jóvenes estudiantes que por la edad que tienen fácilmente pueden ser engañados y manipulados por estos medios de comunicación.

3.2. Objetivo

3.2.1. General

Desarrollar charlas de capacitación sobre el correcto uso de los medios de comunicación a los estudiantes del primer semestre de la carrera de ingeniería industrial de la universidad San Martin de Porres Filial Sur Arequipa, 2018.

3.2.2. Objetivos específicos

- Capacitar sobre el uso correcto de los medios de comunicación
- Informar sobre los programas que ofrece la televisión peruana
- Capacitar sobre el uso correcto del internet y la telefonía móvil
- Informar sobre el papel que juega la prensa habla y escrita
- Inculcar el uso de estos medios dándole un uso pedagógico para que se aplicado en sus actividades académicas
- Instruir e informar a los estudiantes cómo utilizar los medios de comunicación Enel salón de clase
- Inculcar en los estudiantes la formación de un club de periodismo para el uso correcto de los medios de comunicación

3.3. Descripción de la propuesta

La comunicación juega un papel de suma importancia dentro del desarrollo de la sociedad en general, ya que la misma tiene que ver con la forma como los individuos interactúan.

Uno de los elementos más representativos de la evolución tecnológica humana está en los medios de comunicación, los mismos han logrado evolucionar con el pasar del tiempo. En todos lados se puede visualizar el avance en estos medios. Los medios de comunicación social se clasifican en: medios impresos, medios sonoros, medios visuales, medios audio-visuales.

Dichos medios de comunicación ejercen una poderosa influencia en la sociedad; estos son llamados medios de comunicación masiva y los más importantes son, sin duda, la prensa**,** la radio y la televisión**.**

Los medios de comunicación igualmente influyen en el rendimiento de los jóvenes estudiantes el cual es un problema social que se ha acrecentado de manera acelerada, esto se lo pudo comprobar mediante este trabajo de investigación, que dio como resultados que el uso de los medios de comunicación no solo influye dentro de los horarios de clases, sino también de manera permanente en la vida de los estudiantes quienes poco a poco han idealizado una vida virtual.

El programa de mejora se desarrollará mediante una capacitación al término de la jornada de clases 3 veces por semana para no interrumpir con las actividades académicas de los estudiantes, a cargo del investigador, un profesional en periodismo estudiantes del primer ciclo.

3.4. Actividades por desarrollar

Actividades	**Objetivos**	**Responsables**	**Lugar**
Actividad 1 Medios de comunicación	Capacitar sobre el uso correcto de los medios de comunicación	Investigador Periodista invitado	Ambientes de la Universidad
Actividad 2 La televisión	Informar sobre los programas que ofrece la televisión peruana	Investigador Periodista invitado	Ambientes de la Universidad
Actividad 3 Internet y telefonía móvil	Capacitar sobre el uso correcto del internet y la telefonía móvil	Investigador Periodista invitado	Ambientes de la Universidad
Actividad 4 Prensa hablada	Informar sobre el papel que juega la	Investigador Periodista invitado	Ambientes de la

(radio) y escrita	prensa habla y escrita		Universidad
Actividad 5 Medios: redes sociales y correos electrónicos	Inculcar el uso de estos medios dándole un uso pedagógico para que se aplicado en sus actividades académicas	Investigador	Ambientes de la Universidad
Actividad 6 Uso de los medios de comunicación en el salón	Instruir e informar a los estudiantes cómo utilizar los medios de comunicación Enel salón de clase	Investigador	Ambientes de la Universidad
Actividad 7 Formar un club de periodismo	Inculcar en los estudiantes la formación de un club de periodismo para el uso correcto de los medios de comunicación	Investigador Periodista invitado	Ambientes de la Universidad

3.5. Evaluación

Se evaluará mediante listas de cotejo, fichas de observación la participación, aprendizaje y habilidades mostradas en los estudiantes en el uso correcto y aplicación de los medios de comunicación y mediante.

Asimismo se dará una revisión a las calificaciones obtenidas por los estudiantes en lo relacionado a su rendimiento académico en las asignaturas de realidad nacional e introducción a la ingeniería

3.6. Material de consulta por utilizar en el programa de capacitación con los estudiantes

1. **Medios de comunicación**

   Los medios de comunicación se han convertido en nuestros aliados y pasamos gran parte del día conectados a alguno de ellos. Bien empleados, tanto la televisión como Internet y el teléfono móvil pueden ser una buena fuente de entretenimiento, información y diversión. Sin embargo, su uso indiscriminado puede también ejercer una influencia muy negativa en nuestras vidas.

2. **La televisión**

   - Es una fuente de información en la que los contenidos reales tienen el mismo aspecto que la ficción, lo que dificulta la diferenciación entre fantasía y realidad.
   - En ocasiones, las personas tienden a imitar los comportamientos ajenos, por lo que la visualización de contenidos violentos o poco edificantes puede hacer que estos se reproduzcan.
   - La publicidad que invade los espacios televisivos afecta a nuestros intereses y valores personales y a nuestra capacidad de decisión.
   - Los cambios de plano y las bruscas subidas de volumen pueden alterar nuestro sistema nervioso y producir falta de concentración, inestabilidad emocional o alteraciones en los patrones de sueño.

   Recomendaciones de uso

   - Usar la televisión con criterio, encenderla solo para ver programas concretos conocidos de antemano y con contenidos adecuados a nuestra edad e intereses.
   - Ver la televisión una hora diaria como promedio.
   - No sentarse a hacer zapping ni aceptar pasivamente cualquier programa.

- Procurar ver la televisión en compañía para hablar sobre lo que vemos, sobre todo si un adulto puede ayudarnos a entender los contenidos.
- Valorar críticamente la publicidad y ser conscientes de los esfuerzos que hace para convencernos de que necesitamos un producto apelando a nuestras emociones íntimas.
- EL televisor no debe ser el objeto central de la casa; no deberíamos disponer de uno en nuestro dormitorio

3. Internet y telefonía móvil

Al tiempo que constituyen unas extraordinarias herramientas de información y comunicación, la telefonía móvil e Internet presentan diversos riesgos, que van desde la adicción hasta el contacto con personas peligrosas pasando por las molestias que pueden ocasionarse a los demás o a la exposición a radiaciones.

Recomendaciones de uso

- No pasar demasiado tiempo conectado; procurar relacionarse personalmente con los amigos.
- No entrar en sitios que no estén indicados para tu edad ni mentir con tus datos.
- No hacer fotos ni vídeos de personas sin su autorización.
- No dar el número de teléfono ni datos personales en Internet a desconocidos.
- No chatear con extraños ni contestar mensajes de texto de personas que no conozcas.
- Reducir el volumen del móvil en sitios públicos, pues puede molestar a los demás.
- No hacer llamadas falsas y menos aún a números de emergencia.
- Evitar cualquier tipo de descalificación, insulto o amenaza a través del teléfono móvil o de Internet.

4. Uso de los medios de comunicación en el salón de clase

Los medios de comunicación se podrán utilizar en el aula como recurso didáctico, como fuente de conocimiento, análisis y crítica y como modo de

expresión y comunicación, pudiéndose utilizar sistemáticamente; en cada unidad didáctica o en cada bloque de contenidos, o bien utilizarse ocasionalmente.

La UNESCO habla de “Educación en materias de Comunicación”, y, en conjunto con la Unión Europea, surge el concepto “Media Literacy” en inglés y “Alfabetización Mediática”, en castellano.

La alfabetización mediática se define como la capacidad para acceder, analizar y evaluar los mensajes que nos lanzan continuamente los medios de comunicación: el cine, la televisión, la radio, la música, los medios impresos, Internet y las TIC.

La alfabetización mediática aumenta la conciencia social, contribuye al pensamiento crítico y provee de las habilidades necesarias para que los alumnos comprendan cómo influyen los medios en la cultura y en la forma de pensar.

En mi incansable búsqueda de una enseñanza funcional y significativa, propongo la utilización de los medios de comunicación, como aliados para una enseñanza integral y de calidad, en la que los niños comprendan la función democratizadora de los medios y de la formación**.**

El manejo de los medios de comunicación con cierta periodicidad motiva a los alumnos, ya que se trata de una manera diferente de presentar los contenidos y/o de repasar contenidos lingüísticos y gramaticales.

Por otra parte, los medios de comunicación acercarán la realidad al alumno y servirán para que los niños comprendan su utilidad, aprendan y comprendan el concepto de actualidad y su conexión con el mundo real que les rodea.

Adecuadamente escogidos y utilizados correctamente, darán una visión global al alumnado, contribuyendo a su desarrollo como personas. Aprenderán actitudes y valores que les serán de gran utilidad tanto en el presente como en su vida adulta.

Además, los medios hacen posible una formación en permanente contacto con la realidad social**,** lo cual es muy necesario para el aprendizaje funcional y significativo.

Por otra parte, es interesante trabajar otra modalidad de uso de los medios de comunicación, como instrumento que se puede crear y producir en el aula, haciendo posible que los alumnos practiquen la comunicación y la expresión escrita

No lo digo yo, son muchos los autores que defienden la utilización de los medios de comunicación en el proceso de enseñanza-aprendizaje, entre los que destaco los siguientes

Gimeno y Escudero abogan por el valor pedagógico de la prensa, la radio y la televisión. Blázquez**,** en su Didáctica General apunta “ante el importante lugar que ocupan los medios de comunicación de masas en la sociedad de hoy, no se puede permitir que la escuela vuelva la espalda a las nuevas a las nuevas condiciones de vida que ha creado especialmente la imagen”.

García Galindo afirma que “el uso pedagógico de los medios contribuye a reforzar en los alumnos determinados métodos y hábitos intelectuales y pedagógicos, y al mismo tiempo puede convertirlos en productores de información”.

Conclusiones finales para trabajar y con los estudiantes

1. Nadie nos obliga a sintonizar determinado canal, escuchar una emisora específica, ni a leer cierto producto. Somos libres de decidir qué medio de comunicación utilizar. Tengamos en cuenta que la oferta tanto en páginas de internet como en los demás medios es bastante amplia.

2. Hoy las redes sociales están generando contenidos propios y están siendo utilizadas para redireccionarnos a portales informativos, esto se denomina “avalancha informativa”. Acá, también podemos elegir determinando a quienes seguir y a quienes les permitimos seguirnos.

3. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación nos permiten delimitar el tipo de información que vamos a recibir. Según nuestros intereses o gustos, establezcamos ofertas informativas confiables y que verifiquen sus contenidos partiendo de estudios propios o de otras investigaciones, además de fuentes confiables y comprobables.

4. La preocupación que genera la alta oferta de noticias falsas ha llevado a que Facebook le brinde un decálogo de consejos a sus usuarios para detectar las llamadas fake news, es bueno revisar dichos consejos y claro está, aplicarlos.

5. Así como encontramos noticias falsas, también vemos información carente de relevancia que solo está en busca de clics. Por eso, antes de abrir una noticia, preguntémonos hasta qué punto su contenido es importante; y más allá de eso, analicemos si merece un espacio dentro de la agenda de un medio.

6. Es importante que dejemos de pensar que todos los medios de comunicación son insuficientes, ya que existen buenas ofertas informativas que, paradójicamente, son las que menos audiencia tienen en la radio y televisión peruana.

CONCLUSIONES

Primera: Existe relación significativa y directa entre las variables uso de medios y rendimiento académico de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres; puesto que el p valor inferior o igual a 0,01 (0,000)

Segunda: EL 75,4% de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa; manifestaron que utilizan de manera regular los medios de comunicación en sus actividades académicas y otras actividades fuera de la universidad

Tercera: El 66,2% de los estudiantes del primer semestre de la carrera profesional de Ingeniería Industrial de la universidad de San Martin de Porres Filial Arequipa, presentan un nivel de rendimiento medio en las asignaturas de realidad nacional y introducción a la ingeniería.

Cuarta: Existe un grado de relación directa y significativa entre las variables uso de los medios de comunicación social y el rendimiento académico. Ya que el nivel de significancia es (0,000<0.05).

SUGERENCIAS

Primera: Se sugiere que los estudiantes del primer semestre de la carrera de ingeniería industrial de la Universidad San Martin de Porres filial sur; cambien su estilo de usar los medios de comunicación masiva, dándole un uso pedagógico para que con ello pueda mejorar su rendimiento académico

Segunda: Se sugiere que los estudiantes del primer semestre de la carrera de ingeniería industrial de la Universidad San Martin de Porres filial sur; tener en cuenta que el mundo no se encuentra inmerso dentro de dichas redes sociales, que tienen amigos, que deben salir, pasar más tiempo con sus familias y así ir dejando a un lado su vida virtual.

Tercera: Se sugiere que los docentes de la carrera de ingeniería industrial de la Universidad San Martin de Porres filial sur; difundan uso de los medios de comunicación masiva como, radio, prensa escrita y televisiva, páginas web, correos electrónicos, etc. en sus estudiantes para que puedan utilizarlos y realizar trabajos, presentar trabajos, intercambiar opiniones, entre otras, esto favorecería mucho para mantener una relación entre alumnos y maestros y a su vez evitaría que los estudiantes tengan un bajo su rendimiento académico

Cuarta: Se sugiere que los docentes de la carrera de ingeniería industrial de la Universidad San Martin de Porres filial sur; desarrollen y apliquen estrategias innovadoras en el dictado de las diferentes asignaturas las cuales conlleven a la mejora del rendimiento académico de los estudiantes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ajitoni, S. O. (2008), *Efectos de las estrategias de aprendizaje plenas y casi participativas en el conocimiento del medio ambiente de los estudiantes nigerianos de secundaria:* Implicaciones para la práctica en el aula. Revista Internacional de Educación Ambiental y Científica, 3 (2), 58-66. (Servicio de reproducción de documentos ERIC No. EJ894846)

Akhter, N. (2013). *Relación entre la adicción a internet y el rendimiento académico entre estudiantes universitarios*. Revista de Investigación en Educación en Ciencia y Tecnología. 8 (19), pp. 1793-1796. DOI: 10.5897 / ERR2013.1539

Albarran, A. B., Anderson, T., Bejar, L. G., Bussart, A. L., Daggett, E., Gibson, S. y Way, H. (2007). *"¿Qué pasó con nuestra audiencia*?" La radio y los usos y las gratificaciones de las nuevas tecnologías entre los usuarios adultos jóvenes. Revista de estudios de radio, 14 (2), 92-101. http://dx.doi.org/10.1080/10955040701583171

Anderson, K. E., y Tompkins, P. S. (2015). *Practicar la ética de la comunicación: desarrollo, discernimiento y toma de decisiones*. Nueva York: Routledge

Arquero, J. L., y Esteban, R., (2013). *Uso de sitios de redes sociales en la educación superior: una experiencia en estudios de negocios*. Revista de innovaciones en educación y docencia internacional. DOI: 10.1080 / 14703297.2012.760772.

Awais., Bilal., Usman, M., Waqas, M., y Sehrish. (2007). *Impacto del uso de internet en el rendimiento académico del alumno*. Obtenido de: http://www.scribd.com/doc/9191411/Impactsof-Internet-Usageon-Students.

Barrón Ruiz, A. (1991), *"Investigaciones y experiencias didácticas Universidad de Salamanca"*. Facultad de Filosofía y Ciencias de la Educación. Paseo de Canalejas, 169. 37008 Salamanca.

Benítez, M; Giménez, M. y Osicka, R. (2000). *Las asignaturas pendientes y el rendimiento académico: ¿existe alguna relación?* Recuperado en:

http//fai.unne.edu.ar/links/LAS%2...20EL%20RENDIMIENTO%20ACADEMICO.htm

Berliner, DC. (2005). *La casi imposibilidad de realizar pruebas de calidad docente.* Revista de formación docente, 56 (3), 205 - 213

Bricklin, B.; Bricklin, M. (1988). *Causas psicológicas del bajo rendimiento académico*. México: Pax-México

Cabero, J. (1992): "*Los medios audiovisuales en España*". ICE Universidad

Cardozo, A. (2000). *Intervenciones cognitivo – afectivo en estudiantes con bajo rendimiento en matemátic*a, Universidad Simón Bolívar, Venezuela.

Carey K. (2004). *El verdadero valor de los maestros*; Usando nueva información sobre la efectividad de los maestros para cerrar la brecha de logros. Pensando K-16 Washington Dc: la confianza educativa.

Carrazco, H. (2011), "*El conformismo en los estudiantes de secundaria determina el bajo rendimiento académico en la asignatura de Química del colegio particular Mixto de Santa Clara del distrito de José Luis Bustamante y Rivero de Arequipa en el año 2010"* para optar el grado de Magister en la UCV.

Castaño, C. (1994): "*Análisis y evaluación de las actitudes de los profesores hacia los medios de enseñanza".* Universidad del País Vasco. Bilbao.

Cebrián De La Serna, M. (2012): "*La televisión: Creer para ver*. La credibilidad infantil frente a la televisión". Clave. Málaga.

Chadwick, C. (1979).*Teorías del aprendizaje y su implicancia en el trabajo en el aula*. Revista de Educación, Nº 70 C.P.E.I.P., Santiago de Chile.

Cominetti, R; Ruiz, G. (1997). *Algunos factores del rendimiento: las expectativas y el género.* Humanos n Developmenos nt Departmenos nt. LCSHD Paper series, 20, The World Bank, Latin Amenos rica and Caribbean Regional Office.

Condolo, F. (2010), "*Inteligencia emocional y rendimiento académico de los alumdel 5to año de secundaria*" de la I.E. María Inmaculada del distrito de San Martin de Porres, Lima" para optar el Grado de Magister.

Corominas, A. (2004): "*La comunicación audiovisual y su integración en el currículo".* Graó-ICE. Barcelona

Cortés, A (2008). *El proceso de admisión como predictor del rendimiento académico en la educación superior*. Revista Universitas Psychologica. Volumen n 7 (número ro1).

Corzo Toral, J.L. (2009): "*Leer periódicos en clase*". Popular. Madrid.

Cuadros & Quiñones, (2013), *"Influencia de la comunicación familiar en el desarrollo de la autoestima y rendimiento académico de los estudiantes del 4° año de secundaria de I.E. "Víctor Manuel Torres Cáceres" de la Punta de Bombón, 2008 – Arequipa"*

Domínguez, A. (1999). *La enseñanza de la Lectura*. Enfoque Psicolingüístico y sociocultural.

Enríquez V. (1998). *Relación entre el autoconcepto, la ansiedad ante los exámenos nes y el rendimiento académico en estudiantes de secundaria de Lima*, Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Psicología. Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima, Perú

Enríquez, V. (1998) *Relación entre el autoconcepto, la ansiedad ante los exámenes y el rendimiento académico en estudiantes de Secundaria de Lima*.

Ferrer, E. (1980): "*La publicidad: Textos y Conceptos*". Trillas. México.

Ferrés, J. (2004): "Televisión y educación". Paidós. Barcelona.

Fontcuberta, M. (2013): *"La noticia*". Paidós. Barcelona.

Fotheringham, J. y Creal, D. (1980). *Family and Socio – Economic and Educational –Emotional Characteristics*.

Gallego, M. (2004): "El ordenador, el currículum y la evaluación de software informático". Proyecto Sur. Granada. •

García, O., Palacios, R. (1991). *Factores condicionantes del aprendizaje en lógica matemática*. Tesis para optar el Grado de Magister. Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.

Gascón Baquero, M. C. (1991): "*La radio en la educación no formal*". Ceac. Barcelona.

Goran Therborn (2009) *La clase dominante según*. Recuperado de https://www.gestiopolis.com/la-clase-dominante-segun-goran-therborn/

Gimeno (1992) E*valuació*n, editorial Omega, Buenos Aires Argentina

Guba, E. G., y Lincoln, Y. S. (1989). *Evaluación de cuarta generación*. Newbury Park; Londres; Nueva Delhi: Publicaciones SAGE.

Hernández, R. (2006). *Metodología de la inves*tigación. México: Ed. Mc. Graw Hill.

Hernández S., R.; Fernández C., C. & Baptista L., P. (2010). *Metodología de la Investigación*. 5ª. Edición. México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V

Himmelweit, Oppenheim, Vince (2016). En colaboración con otros. *La televisión y el niño: un estudio empírico del efecto de la televisión*.

Hounsell, D. (2003). *La evaluación de la docencia*. En H. Fry, S. Ketteridge y S. Marshall (Eds.), Un manual para la enseñanza y el aprendizaje en la educación superior (pp. 200-212). Londres: Kogan Page

Huertas, M. (2010) Aprendizaje Estratégico - "*Como enseñar y aprender a pensar estratégicamente* –Pág. 18.

Jain, N., Verma, A., Verma, R., y Tiwari, P. (2012). Going Social: *El impacto de las redes sociales en la promoción de la educación.* Revista Internacional de Ciencias de la Computación (IJCSI), 9 (1), pp.483-485. ISSN: 1694-0814. Obtenido de http://eric.ed.gov/?id=ED548379.

Jones, S., Johnson-Yale, C., Perez, F. S., y Schuler, J. (2007). *El paisaje de Internet en la universidad.* Obtenido de: http://www.academia.edu/16925882/The_Internet_Landscape_in_College

Katz, E., Gurevitch, M., y Haas, H. (1973). *Sobre el uso de los medios de comunicación para cosas importantes.* Revisión sociológica americana, 38 (2), 164-181. Obtenido de http://repository.upenn.edu/asc_papers/267

Keefe, J.W., Valentine, J., Clark, D.C, e Irvin, J.L. (1994). *Liderazgo en educación de nivel medio Liderazgo en la reestructuración exitosa de escuelas de nivel medio.* Columbus, O H: Asociación nacional de directores de escuelas secundarias.

Khan, S., (2010). *Impacto de los sitios web de redes sociales en los estudiantes*. Abasyan revista de ciencias sociales, 5 (2). 56-75. Obtenido de www.irjims.com.

Kudari, J.M. (2016). *Encuesta sobre los factores que influyen en el rendimiento académico del estudiante*. Revista Internacional de Investigación Emergente en Gestión y Tecnología, 5 (6), 30-36. Consultado el 25 de abril de 2018 en https://www.ermt.net/docs/papers/Volume_5/6_June2016/V5N6-142.pdf.

Kuppuswamy, S., y Narayan, P. (2010). *El impacto de los sitios web de redes sociales en la educación de la juventud.* Revista interna de Comunidades virtuales y redes sociales (IJVCSN), 2 (1) 67-79.

Larrosa, F. (1994). *El Rendimiento Educativo*. Instituto de Cultura Juan Gil Albert. España.

Lazarsfeld, (1922) Teoría de los efectos limitados

Lezotte, L. (1991). *Correlatos de escuelas efectivas*: la primera y segunda generación. Okemos, MI: Effective Schools Products, Ltd.

Maganga, J.H. (2016). *Factores que afectan el rendimiento académico de los estudiantes:* un estudio de caso de escuelas secundarias públicas en el distrito de Ilala, Dar-es-salaam, Tanzania. Universidad de tanzania. Consultado el 25 de abril de 2018 de http://repository.out.ac.tz/1732/1/JAMILLAH__MAGANGA-Dissertation_14-10-2016-Final.pdf

Maina, M.J. (2010). *Estrategias empleadas por los directores de escuelas secundarias para mejorar el rendimiento académico.* West. Universidad de Kenyatta. Consultado el 25 de abril de 2018 de

http://irlibrary.ku.ac.ke/bitstream/handle/123456789/930/Mwaura%2C%20James%20Maina.pdf?sequence=3

Manassero, M. (1995) *Relación Entre la Actitud Ante la Ciencia y los resultados académicos*. Tesis de Maestría

Mander, J. (2011): "*Cuatro argumentos para eliminar la televisión*". Gedisa. Barcelona.

Marks Greenfield, P. (2015): "*El niño y los medios de comunicación*". Morata. Madrid.

Masterman, L. (2013): "*La enseñanza de los medios de comunicación*". Ediciones de la Torre. Madrid.

Mccluhan, M. (1964). *El medio es el mensaje*. Obtenido de: http://web.mit.edu/allanmc/www/mcluhan.mediummessage.pdf

MEC (1981): "Medios audiovisuales para la educación". MEC. Madrid.

MEC (2011): "*Las tecnologías de la información y comunicación en la educación".* MEC. Madrid.

Méndez R. (2004) *Perspectivas sobre comunicación y sociedad*. València: Universidad de Valencia, 2004.

Menos dina, B. (2010), *"Recuperación académica para estudiantes de secundaria en riesgo de reprobación"*, Tesis para optar el grado de Magíster en Educación.

Ministerio de Educación (2009). *Diseño curricular nacional de Educación Básica Regula*r. Lima: World Color Perú.

Musitu, G. y Castillo, R. (2003): *"Publicidad y propaganda*". Paraninfo. Madrid.

Navarro, R. (2003). *El Rendimiento Académico: Concepto, Investigación y Desarrollo*. REICE. Revista electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación, Volumen n 1, (número 002).

Pappas, C., (2013). *El papel de las redes sociales en el e-learning*. Obtenido de http://elearningindustry.com/role-of-social-media-in-elearning.

Patton, M. Q. (1990). *Evaluación cualitativa y métodos de investigación* (2ª edición). Newbury Park; Londres; Nueva Delhi: Publicaciones SAGE. 15.

Patton, M. Q. (2002). *Investigación cualitativa y métodos de evaluación* (3ª edición). Mil robles; Londres; Nueva Delhi: Publicaciones SAGE.

Pascual, R. (2006) *Fundamentos de la comunicación humana*. Editorial Club Universitario.

Rico, D. (2003): "Televisión, fábrica de mentiras. La manipulación de los hijos". Espasa Calpe. Madrid.

Rodríguez J.L. (2008): *"Educación y comunicación*". Paidós. Barcelona.

Rodríguez, J.L. (2007): "*Las funciones de la imagen en la enseñanza*". Gustavo Gili. Barcelona.

Rudd, B. P. (2003). *"¿Estás escuchando ... estamos aprendiendo?"* La producción de radio como medio de enseñanza y aprendizaje [estudio de caso]. Diario de la práctica de los medios de comunicación, 4 (2), 93-103.

Shen, T., Wu, D., Archhpiliya, V., Bierber, M., y Hiltz, R. (2004). *Enfoque de aprendizaje participativo: una agenda de investigación.* Informe técnico para el Departamento de Sistemas de Información, Facultad de Ciencias de la Computación, Instituto de Tecnología de Nueva Jersey. Newark, NJ: NJIT. Obtenido de http://ist.njit.edu/

Simonton, S. (1987) *Teoría de la configuración fortuita*. (s.l.) (s.e.)

Solís J.C. (2010) "Psicopedagogía Perú" – Recuperado de: http://psicopedagogiaperu.blogspot.com

Srinivas, P., y Venkatkrishnan, S. (2016). *Factores que afectan el rendimiento escolar en escolares.* Revista IOSR de Ciencias Odontológicas y Médicas, 15 (7), 47-53. Consultado el 25 de abril de 2018 en http://www.iosrjournals.org/iosr-jdms/papers/Vol15-Issue%207/Version-1/J150714753.pdf.

Taba, H. (1998). *En Elaboración del Currículo*. Buenos Aires: Ediciones Troquel

Tania Dworjan (2017), *Efectos negativos de la televisión en adolescentes. Investigación en Educación*. 8 (19), pp. 1793-1796. DOI: 10.5897 / ERR2013.1539.

Tejedor, F. J. y García-Valcárcel Muñoz-Repiso, A. (2007) "*Causas del bajo rendimiento del Estudiante Universitario".* - Propuestas de mejora en el marco del EEES - Revista de Educación. Pág. 468-469-342.

Tyner, K. Y Lloyd, D. (2015): "*Aprender con los medios de comunicación*". Ediciones de la Torre. Madrid.

Wheeler, A., Yeomans, P., y Wheeler, D. (2008). Lo bueno, lo malo y Wiki: *Evaluación de contenido generado por los alumnos para el aprendizaje colaborativo.* British Journal of Educational Technology, 39 (6), 987-995. DOI: 10.1111 / j.1467-8535.2007.00799.

Wolf, M. (2004): "Los efectos sociales de la media". Paidós. Barcelona.

Younis, J. A. (2009): "*El aula fuera del aula. La educación invisible de la cultura audiovisual".* Nogal. Las Palmas de Gran Canaria.

VV AA (1992) *Industria cultural y sociedad de masas*. Caracas: Edit. Monte Ávila

Yunus, M., y Salehi, H., (2012). *La efectividad de los grupos de Facebook para enseñar y mejorar la escritura*: las percepciones de los estudiantes. Revista internacional de educación y tecnologías de la información, 6. Obtenido de research.iaun.ac.ir> pdfs> paperM-778.

ANEXOS

INSTRUMENTOS

CUESTIONARIO

I. MEDIOS IMPRESOS

1. ¿Utilizas los medios de comunicación impresos?
   a) Si
   b) No
   c) A veces
2. ¿Utilizas los medios de comunicación prensa escrita?
   a) Si
   b) No
   c) A veces
3. ¿Utilizas los medios de comunicación revistas?
   a) Si
   b) No
   c) A veces
4. ¿Utilizas los medios de comunicación libros?
   a) Si
   b) No
   c) A veces
5. De los medios de comunicación impresos ¿Cuál considera el más importante?
   a) Prensa escrita
   b) Revistas
   c) Libros
   d) Ninguna de las anteriores

6. De los medios de comunicación impresos ¿Qué uso le das?
   a) Para investigar algún tema de la universidad
   b) Para ver asuntos de la farándula
   c) Para ver las noticias del día
   d) No los utilizo
   e) Otra especifique…….

II. MEDIOS SONOROS

7. ¿Utilizas los medios de comunicación sonoros?
   d) Si
   e) No
   f) A veces
8. ¿Utilizas los medios de comunicación radio?
   d) Si
   e) No
   f) A veces
9. ¿Utilizas los medios de comunicación teléfono?
   d) Si
   e) No
   f) A veces
10. De los medios de comunicación sonoros ¿Cuál considera el más importante?
    a) Radio
    b) Teléfono
    c) Ninguna de las anteriores

11. De los medios de comunicación sonoros ¿Qué uso le das?
    a) Para investigar algún tema de la universidad
    b) Para comunicarme con mis amigos
    c) Para escuchar las noticias del día
    d) No los utilizo
    e) Otra especifique ……..

III. MEDIOS VISUAL

12. ¿Utilizas los medios de comunicación visuales?
    a) Si
    b) No
    c) A veces
13. ¿Utilizas los medios de comunicación: carteles publicitarios?
    a) Si
    b) No
    c) A veces

14. ¿Utilizas los medios de comunicación imágenes?
    a) Si
    b) No
    c) A veces

15. De los medios de comunicación visuales ¿Cuál considera el más importante?
    a) Carteles publicitarios
    b) Imágenes
    c) Ninguna de las anteriores

16. De los medios de comunicación visuales ¿Qué uso le das?
    a) Para investigar algún tema de la universidad
    b) Para comunicarme con mis amigos
    c) Para escuchar las noticias del día
    d) No los utilizo
    e) Otra especifique ……..

IV. MEDIOS AUDIOVISUALES

17. ¿Utilizas los medios de comunicación audiovisuales?
    a) Si
    b) No
    c) A veces

18. ¿Utilizas los medios de comunicación Televisión
    a) Si
    b) No
    c) A veces

19. ¿Utilizas los medios de comunicación cine?
    a) Si
    b) No
    c) A veces

20. De los medios de comunicación audiovisuales ¿Cuál considera el más importante?
    a) Televisión
    b) Cine
    c) Ninguna de las anteriores

21. De los medios de comunicación audiovisuales ¿Qué uso le das?
a) Para investigar algún tema de la universidad
b) Como distracción
c) Para observar las noticias del día
d) No los utilizo
e) Otra especifique …….

V. MEDIOS MULTIMEDIÁTICOS

22. ¿Utilizas los medios de comunicación multimediáticos?
a) Si
b) No
c) A veces

23. ¿Utilizas los medios de comunicación internet
a) Si
b) No
c) A veces

24. ¿Utilizas los medios de comunicación redes sociales?
a) Si
b) No
c) A veces

25. ¿Utilizas los medios de comunicación correos electrónicos?
a) Si
b) No
c) A veces

26. De los medios de comunicación multimediáticos ¿Cuál considera el más importante?
a) Internet
b) Redes sociales (wasap, Facebook)
c) Correos electrónicos
d) Ninguna de las anteriores

27. De los medios de comunicación multimediáticos ¿Qué uso le das?
a) Para realizar algún tema, trabajo de investigación de la universidad
b) Como distracción
c) Como medio de comunicación
d) No los utilizo
e) Otra especifique …….

BAREMOS DE CALIFICACIÓN

Impreso

Escala de medición del resultado		
Poco	6	10
Regular	11	14
Alto	15	18

Sonoro

Escala de medición del resultado		
Poco	5	8
Regular	9	12
Alto	13	15

Visual

Escala de medición del resultado		
Poco	5	8
Regular	9	12
Alto	13	15

Multimediático

Escala de medición del resultado		
Poco	6	10
Regular	11	14
Alto	15	18

Medios de comunicación

Escala de medición del resultado		
Poco	27	45
Regular	46	63
Alto	64	81

Variable: Rendimiento

Escala de medición del resultado		
Alto	16	20
Medio	10	15
Bajo	0	10

Análisis De Fiabilidad

Medios de comunicación

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,825	27

El valor de 0.825 al ser superior al valor permitido de 0.7, demuestra que el instrumento es confiable.

Notas de estudiantes

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,706	4

El valor de 0.706 al ser superior al valor permitido de 0.7, demuestra que el instrumento es confiable.

Validaciones

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I.DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres del Informante: Olga Melina Alejandro Conde

1.2. Cargo e Institución donde labora: UNSA

1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: ENCUESTA

1.4. Autor del instrumento: WILMER APAMBLO DUEÑAS

II. ASPECTOS DE LA VALIDACION:

INDICADORES	CRITERIOS	CALIFICACIÓN				
		Deficiente 01-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1.CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y comprensible.			X		
2.OBJETIVIDAD	Permite medir hechos observables.				X	
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología				X	
4.ORGANIZACIÓN	Presentación Ordenada				X	
5.SUFICIENCIA	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente.				X	
6.PERTINENCIA	Permitirá conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados				X	
7.CONSISTENCIA	Pretende conseguir datos basado en teorías o modelos teóricos				X	
8.ANALISIS	Descompone Adecuadamente las Variables/ Indicadores/medidas.				X	
9.ESTRATEGIA	Los datos por conseguir responden los objetivos de investigación.				X	
10.APLICACIÓN	Existencia de condiciones para aplicarse.			X		

III. CALIFICACIÓN GLOBAL: (Marcar con una aspa)

APROBADO	DESAPROBADO	OBSERVADO
X		

Lugar y fecha: 13 de setiembre del 2018

Firma del Experto Informante

DNI 29639015

Teléfono: 975141171

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I.DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres del Informante: JUAREZ PINTO MANUEL

1.2. Cargo e Institución donde labora: DOCENTE - UNIVERSIDAD SAN MARTIN DE PORRES-SUR

1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: ENCUESTA SOBRE USO DE LOS MEDIOS COM.

1.4. Autor del instrumento: INVESTIGADOR

II. ASPECTOS DE LA VALIDACION:

INDICADORES	CRITERIOS	CALIFICACIÓN				
		Deficiente 01-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1.CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y comprensible.				X	
2.OBJETIVIDAD	Permite medir hechos observables.					X
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología				X	
4.ORGANIZACIÓN	Presentación Ordenada					X
5.SUFICIENCIA	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente.					X
6.PERTINENCIA	Permitirá conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados					X
7.CONSISTENCIA	Pretende conseguir datos basado en teorías o modelos teóricos				X	
8.ANALISIS	Descompone Adecuadamente las Variables/ Indicadores/medidas.					X
9.ESTRATEGIA	Los datos por conseguir responden los objetivos de investigación.					X
10.APLICACIÓN	Existencia de condiciones para aplicarse.				X	

III. CALIFICACIÓN GLOBAL: (Marcar con una aspa)

APROBADO	DESAPROBADO	OBSERVADO
X		

Lugar y fecha: 13 DE SETIEMBRE DEL 2018

Firma del Experto Informante

DNI 29410692

Teléfono: 959170574

DESARROLLO DE UNA ACTIVIDAD DE LA PROPUESTA

TITULO

COMUNICAMOS INFORMACIÓN A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES

APRENDIZAJES ESPERADOS

COMPETENCIAS	CAPACIDADES	INDICADORES
Comprende textos escritos	Reorganiza información de diversos textos escritos.	Establece semejanzas y diferencias entre las ventajas y desventajas de las redes sociales a través diversos textos.
Produce textos escritos	Textualiza con claridad sus ideas según las convenciones de la escritura.	Escribe su argumentación sobre el uso personal de las redes, a partir de sus conocimientos previos y fuentes de información.

SECUENCIA DIDÁCTICA
INICIO (15 MINUTOS)
• El docente hace recordar las normas de convivencia. Y conversa con los estudiantes sobre su vida en Facebook: ¿Cuántos *like* has dado hoy día? y escucha las diversas respuestas de los estudiantes. • El docente explica la dinámica: "Dame un like" les pide que imaginen que se encuentran conectados vía Facebook y desean recibir la mayor cantidad de *like* posible de parte de sus compañeros, para ello tendrán que escribir en su cuenta un comentario o idea (El docente entregará un formato) así mismo le entregará un icono de "like" • Los estudiantes escribirán en un lapso de tres minutos. Luego reunidos en círculo manifestarán lo que escribieron. Cada uno de los estudiantes escucharán los comentarios u opiniones que escribieron, luego el docente dará un minuto para que ellos designen a que compañero le darían su *like* y por qué razón. Gana quien recibe más "like
DESARROLLO
• El docente agrupa a los estudiantes en tríos. (Agrupa a los estudiantes según sus características y habilidades o en forma heterogénea) • El docente realiza preguntas predictivas antes de leer un texto argumentativo: "Comunicación superflua" a través del título, de la imagen y deducen el tipo de texto. • Durante la lectura, los estudiantes realizan la lectura silenciosa individualmente, luego se realiza la lectura expresiva, comparan y conversan sobre el tipo de texto que han leído, así como qué quiso transmitir el emisor y en qué se sustenta. • Los estudiantes realizan actividades • Los estudiantes afirman por grupos qué se entiende por "comunicación superflua"

- Los estudiantes comentan si están de acuerdo con los argumentos del autor
- Los estudiantes reflexionan: ¿La comunicación es siempre vacía o superflua? Dan sus razones

Los estudiantes comparten sus respuestas y llegan a conclusiones en base a sus respuestas.

El docente pide averiguar: ¿Qué son redes sociales? ¿Qué características presentan? ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de las redes sociales?

Los estudiantes extraen información a través de un cuadro comparativo o mapa semántico (utilizan el aula de innovación o trabajan en las XO).

CIERRE. Si es el caso, haz un cierre aquí con esta actividad. Cierra esta parte consolidando las nociones sobre qué son redes sociales, tipos características, ventajas y desventajas.

El docente pide observación de la historieta:
< >

Los estudiantes comentan voluntariamente la interpretación y consecuencias de las redes sociales, la dependencia. Asimismo socializan lo investigado: ventajas, definición y características de las redes sociales.

El docente pide observar y analizar un caso sobre el uso de la redes sociales: caso de Gianmarco <http://www.larepublica.pe/30-11-2014/gian-marco-via-facebook-agradece-apoyo-tras-criticas-por-hablar- sobre-chespirito> (Puede usarse el video o la noticia escrita o la oración del Facebook.

En grupos de tres analizan y comentan el caso y la finalidad del Facebook: ¿Por qué y para qué muchos usuarios utilizan el Facebook? ¿Qué riesgos se presentan en su uso?

El docente concluye con el redondeo de las ventajas y desventajas del uso del Facebook y establecen las condiciones de su uso.

El docente solicita a los estudiantes escribir vía Facebook su argumentación personal sobre el uso de las redes sociales y dar dos réplicas a favor o en contra sobre los comentarios de sus compañeros.(Trabajo para ser realizado en casa).

Cierre (5 minutos)

S El docente busca la reflexión en los estudiantes sobre el uso de las redes sociales evitando caer en la dependencia.

Los estudiantes responden preguntas metacognitivas en forma oral: ¿Qué aprendí? ¿Cómo aprendí? ¿Tuve problemas? ¿Cómo lo superé? ¿Para qué aprendí? ¿Cómo me sentí?

Actividad practica por desarrollar

El docente solicita a los estudiantes escribir vía Facebook su argumentación personal sobre el uso de las redes (a favor o en contra) y dar dos réplicas a favor o en contra sobre los comentarios de sus compañeros.

BASE DE DATOS

M1	M2	M3	M4	M5	M6	S7	S8	S9	S10	S11	V12	V13	V14	V15	V16	A17	A18	A19	A20	A21	MM22	MM23	MM24	MM25	MM26	MM27	Impresos	Sonoros	Visuales	Audiovisu	Multimed	Medios	Impresos1	Sonoros1	Visuales1	Audiovisu	Multimed	Medios1	II	RN	Rendimie
2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	4	3	2	3	3	1	2	1	2	1	2	2	11.00	12.00	14.00	12.00	10.00	59.00	Regular	Regular	Alto	Regular	Poco	Regular	2	2	2
2	2	1	2	2	5	2	2	2	1	3	2	3	2	1	1	3	3	2	2	4	3	3	2	2	4	2	14.00	10.00	9.00	14.00	16.00	63.00	Regular	Regular	Poco	Alto	Alto	Regular	2	2	2
1	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	1	1	1	2	5	2	3	2	1	1	2	3	2	1	1	2	13.00	13.00	10.00	9.00	11.00	56.00	Regular	Regular	Regular	Poco	Regular	Regular	2	2	2
1	2	2	2	1	3	3	3	2	2	4	2	2	3	2	3	2	1	1	2	5	1	1	1	2	5	2	11.00	14.00	12.00	11.00	12.00	60.00	Regular	Alto	Regular	Regular	Regular	Regular	2	2	2
3	3	2	3	3	2	3	3	2	1	1	1	3	3	2	1	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	16.00	10.00	10.00	13.00	14.00	63.00	Alto	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	2	2	2
2	3	3	2	2	4	1	1	1	2	5	2	3	2	3	1	2	3	3	2	1	1	3	3	2	1	3	16.00	10.00	11.00	11.00	13.00	61.00	Alto	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	2	2	2
3	3	3	2	1	1	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	1	3	2	3	1	2	3	2	3	1	2	13.00	12.00	12.00	10.00	13.00	60.00	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	2	2	2
1	1	1	1	2	5	3	3	3	2	1	3	1	3	1	1	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	4	11.00	12.00	9.00	12.00	16.00	60.00	Regular	Regular	Poco	Regular	Alto	Regular	2	2	2
2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	1	2	3	2	3	1	3	1	3	1	1	3	1	3	1	1	3	14.00	11.00	11.00	9.00	12.00	57.00	Regular	Regular	Regular	Poco	Alto	Regular	2	1	2
3	3	3	3	2	1	3	2	3	3	2	1	2	2	1	1	2	3	2	3	1	2	3	2	3	1	2	15.00	13.00	7.00	11.00	13.00	59.00	Alto	Regular	Poco	Regular	Alto	Regular	2	2	2
3	2	3	2	3	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	4	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	3	14.00	7.00	9.00	8.00	10.00	48.00	Regular	Poco	Poco	Poco	Alto	Poco	1	1	1
3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	1	2	3	2	1	2	1	1	1	1	4	2	1	1	1	4	4	16.00	11.00	10.00	8.00	13.00	58.00	Alto	Regular	Regular	Poco	Regular	Regular	2	2	2
1	1	1	3	1	1	3	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	3	2	1	2	2	3	2	1	2	3	8.00	9.00	7.00	10.00	13.00	47.00	Poco	Poco	Poco	Regular	Regular	Poco	1	1	1
3	2	3	2	3	1	1	1	1	1	4	2	3	3	1	4	2	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	14.00	8.00	13.00	8.00	9.00	52.00	Regular	Poco	Regular	Poco	Alto	Poco	1	1	1
3	3	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	1	3	1	3	1	3	3	1	4	2	3	3	1	4	2	12.00	10.00	10.00	12.00	15.00	59.00	Regular	Regular	Regular	Regular	Alto	Regular	2	2	2
1	1	1	1	1	4	3	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	3	1	3	2	1	3	1	3	3	9.00	9.00	9.00	10.00	13.00	50.00	Poco	Poco	Poco	Regular	Regular	Poco	2	2	2
2	2	3	2	1	2	3	3	3	1	4	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	4	12.00	14.00	9.00	9.00	13.00	57.00	Regular	Alto	Poco	Poco	Regular	Regular	2	2	2
3	3	2	1	2	1	2	1	3	1	3	3	1	2	2	1	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	12.00	10.00	9.00	10.00	10.00	51.00	Regular	Regular	Poco	Regular	Poco	Regular	3	2	2
3	3	3	3	1	4	2	2	2	1	2	3	3	1	2	3	2	1	2	2	1	3	1	2	2	1	2	17.00	9.00	12.00	8.00	11.00	57.00	Alto	Poco	Regular	Poco	Regular	Regular	2	2	2
1	2	1	3	1	3	3	2	1	2	2	3	2	2	3	1	2	3	1	2	3	3	3	1	2	3	3	11.00	10.00	11.00	11.00	15.00	58.00	Regular	Regular	Regular	Regular	Alto	Regular	2	2	2
2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	3	1	3	2	2	3	1	2	11.00	8.00	8.00	10.00	13.00	50.00	Regular	Poco	Poco	Regular	Regular	Poco	2	1	1
3	3	2	1	2	2	3	3	1	2	3	3	2	3	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	2	1	4	13.00	12.00	11.00	7.00	12.00	55.00	Regular	Regular	Regular	Poco	Alto	Regular	2	2	2
1	2	1	2	2	1	1	2	2	3	1	2	2	2	1	2	2	2	3	2	1	3	2	3	2	1	1	9.00	9.00	9.00	10.00	12.00	49.00	Poco	Poco	Poco	Regular	Regular	Regular	2	1	2
3	3	3	1	2	3	3	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	15.00	9.00	9.00	9.00	11.00	53.00	Alto	Poco	Poco	Poco	Alto	Poco	1	1	1
2	1	2	2	3	1	1	2	3	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	3	11.00	9.00	8.00	8.00	12.00	48.00	Regular	Poco	Poco	Poco	Alto	Poco	1	1	1
2	3	1	2	2	1	3	2	2	1	2	3	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	11.00	10.00	8.00	7.00	10.00	46.00	Regular	Regular	Poco	Poco	Poco	Poco	2	1	1
2	1	2	3	2	1	3	2	2	1	2	2	1	3	2	5	1	1	1	1	2	3	1	1	1	2	1	11.00	10.00	13.00	6.00	9.00	49.00	Regular	Regular	Regular	Poco	Poco	Regular	2	2	2
2	3	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	3	2	3	2	1	3	2	5	2	1	3	2	5	2	12.00	8.00	12.00	13.00	15.00	60.00	Regular	Poco	Regular	Regular	Alto	Regular	3	2	2
2	3	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	3	3	2	1	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	12.00	6.00	11.00	12.00	14.00	55.00	Regular	Poco	Regular	Regular	Alto	Regular	3	3	3
3	2	2	1	2	1	2	1	3	2	5	1	3	2	3	1	3	3	3	2	1	2	3	3	2	1	4	11.00	13.00	10.00	12.00	15.00	61.00	Regular	Regular	Regular	Regular	Alto	Regular	3	2	2
2	1	1	1	1	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3					3	2	3	1	1	8.00	12.00	12.00	11.00	11.00	54.00	Poco	Regular	Regular	Regular	Alto	Regular	1	2	2
1	2	1	3	2	5	3	3	3	2	1	2	1	3	1	1	2	2					2	3	3	2	1	14.00	12.00	8.00	12.00	13.00	59.00	Regular	Regular	Poco	Regular	Alto	Regular	1	1	1
2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	1	3	3	2	3	1	2	1					1	3	1	1	2	14.00	11.00	12.00	8.00	10.00	55.00	Regular	Regular	Regular	Poco	Poco	Poco	1	1	1
3	3	3	3	2	1	3	2	3	3	2	2	2	2	1	1	3	3	2	3	1	3	3	2	3	1	2	15.00	13.00	8.00	12.00	14.00	62.00	Alto	Regular	Poco	Regular	Alto	Regular	2	2	1

3	2	3	2	3	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	4	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	3	14.00	7.00	9.00	8.00	11.00	49.00	Regular	Poco	Poco	Poco	Alto	Poco	2	2	2
3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	1	2	3	2	1	2	2	1	1	1	4	2	1	1	1	4	2	16.00	11.00	10.00	9.00	11.00	57.00	Alto	Regular	Regular	Poco	Alto	Regular	2	2	2
1	1	1	3	1	1	3	2	2	1	1	3	2	1	2	1	2	3	2	1	2	2	3	2	1	2	2	8.00	9.00	9.00	10.00	12.00	48.00	Poco	Poco	Poco	Regular	Alto	Poco	2	2	2
3	2	3	2	3	1	1	1	1	1	4	2	3	3	1	4	1	2	1	2	1	3	2	1	2	1	2	14.00	8.00	13.00	7.00	11.00	53.00	Regular	Poco	Regular	Poco	Regular	Regular	2	1	2
3	3	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	1	3	1	3	2	3	3	1	4	2	3	3	1	4	3	12.00	10.00	10.00	13.00	16.00	61.00	Regular	Regular	Regular	Regular	Alto	Regular	2	2	2
1	1	1	1	1	4	3	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	3	1	3	2	1	3	1	3	1	9.00	9.00	9.00	10.00	11.00	48.00	Poco	Poco	Poco	Regular	Regular	Regular	3	3	3
2	2	3	2	1	2	3	3	3	1	4	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	12.00	14.00	9.00	9.00	11.00	55.00	Regular	Alto	Poco	Poco	Regular	Regular	3	2	2
3	3	2	1	2	1	2	1	3	1	3	3	1	2	2	1	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	12.00	10.00	9.00	10.00	11.00	52.00	Regular	Regular	Poco	Regular	Alto	Regular	3	3	3
3	3	3	3	1	4	2	2	2	1	2	3	3	1	2	3	2	1	2	2	1	3	1	2	2	1	3	17.00	9.00	12.00	8.00	12.00	58.00	Alto	Poco	Regular	Poco	Regular	Regular	2	2	2
1	2	1	3	1	3	3	2	1	2	2	3	2	2	3	1	2	3	1	2	3	3	3	1	2	3	2	11.00	10.00	11.00	11.00	14.00	57.00	Regular	Regular	Regular	Regular	Alto	Regular	2	2	2
2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	3	1	3	2	2	3	1	2	11.00	8.00	7.00	9.00	13.00	48.00	Regular	Poco	Poco	Poco	Alto	Poco	1	1	1
3	3	2	1	2	2	3	3	1	2	3	2	2	3	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	13.00	12.00	10.00	8.00	8.00	51.00	Regular	Regular	Regular	Poco	Alto	Regular	2	2	2
1	2	1	2	2	1	1	2	2	3	1	2	2	2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	1	2	9.00	9.00	9.00	10.00	12.00	49.00	Poco	Poco	Poco	Regular	Regular	Regular	2	2	2
3	3	3	1	2	3	3	1	2	2	1	3	2	2	1	3	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	15.00	9.00	11.00	9.00	11.00	55.00	Alto	Poco	Regular	Poco	Regular	Regular	2	2	2
2	1	2	2	3	1	1	2	3	2	1	2	2	1	2	1	3	2	2	1	3	3	2	2	1	3	1	11.00	9.00	8.00	11.00	12.00	51.00	Regular	Poco	Poco	Regular	Alto	Regular	3	2	3
2	3	1	2	2	1	3	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	11.00	10.00	8.00	8.00	10.00	47.00	Regular	Regular	Poco	Poco	Poco	Poco	1	2	1
2	1	2	3	2	1	3	2	2	1	3	2	1	3	2	5	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	4	11.00	11.00	13.00	8.00	12.00	55.00	Regular	Regular	Regular	Poco	Regular	Regular	2	2	2
2	3	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	4	2	1	3	2	5	2	1	3	2	5	2	12.00	8.00	10.00	13.00	15.00	58.00	Regular	Poco	Regular	Regular	Alto	Regular	2	2	2
2	3	2	2	1	3	1	2	1	1	2	2	2	3	2	1	1	2	1	2	4	1	2	1	2	4	2	13.00	7.00	10.00	10.00	12.00	52.00	Regular	Poco	Regular	Regular	Alto	Regular	2	2	2
3	2	2	1	2	1	3	1	3	2	5	3	3	2	3	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	1	2	11.00	14.00	13.00	10.00	12.00	60.00	Regular	Alto	Regular	Regular	Regular	Regular	3	2	3
2	1	2	1	1	2	3	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	9.00	10.00	9.00	12.00	15.00	55.00	Poco	Regular	Poco	Regular	Alto	Regular	3	2	2
1	3	1	3	2	5	2	2	3	2	1	3	2	1	2	3	3	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	15.00	10.00	11.00	10.00	10.00	56.00	Alto	Regular	Regular	Regular	Poco	Regular	3	2	3
2	3	2	1	2	4	4	3	2	3	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	3	3	2	1	2	3	2	14.00	14.00	8.00	10.00	13.00	59.00	Regular	Alto	Poco	Regular	Alto	Regular	3	3	3
3	2	2	3	2	1	3	2	2	1	2	1	2	3	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	13.00	10.00	9.00	7.00	10.00	49.00	Regular	Regular	Poco	Poco	Poco	Poco	1	2	2
3	4	3	2	3	2	3	2	1	2	3	2	2	2	1	2	2	2	3	1	2	1	2	3	1	2	1	17.00	11.00	9.00	10.00	10.00	57.00	Alto	Regular	Poco	Regular	Alto	Regular	2	2	2
3	3	2	2	1	2	1	1	2	1	2	3	3	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	13.00	7.00	11.00	8.00	10.00	49.00	Regular	Poco	Regular	Poco	Poco	Poco	1	1	1
2	3	2	1	2	3	2	2	3	1	2	2	2	1	2	4	2	3	2	1	2	3	3	2	1	2	1	13.00	10.00	11.00	10.00	12.00	56.00	Regular	Regular	Regular	Regular	Alto	Regular	2	2	2
1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	3	2	2	2	1				2	1	2	4	2	8.00	8.00	10.00	11.00	13.00	50.00	Poco	Poco	Regular	Regular	Alto	Regular	2	2	2
2	2	2	2	1	2	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1				2	1	3	2	2	11.00	10.00	9.00	10.00	12.00	52.00	Regular	Regular	Poco	Regular	Alto	Regular	3	3	3
2	1	2	1	1	4	2	2	1	2	2	3	2	2	1	3	2	3	3	[illegible]	[illegible]	[illegible]	2	2	1	2	2	11.00	9.00	11.00	12.00	11.00	54.00	Regular	Poco	Regular	Regular	Alto	Regular	2	1	2
2	1	2	2	2	5	2	2	1	3	4	3	2	3	3	1	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	4	14.00	12.00	12.00	11.00	17.00	66.00	Regular	Regular	Regular	Alto	Alto	Alto	3	3	3

USMP | FILIAL SUR

PRE - ACTA DEL INDICADOR 2018-I

FACULTAD: FIA
ESCUELA: INGENIARÍA INDUSTRIAL
ASIGNATURA: REALIDAD NACIONAL
PROMEDIO FINAL
FECHA IND: 28/06/18
CICLO: I
TURNO: NOCHE

Nro.	Código	Apellidos y Nombres	NOTA
1		Alumno 1	12
2		Alumno 2	05
3		Alumno 3	12
4		Alumno 4	12
5		Alumno 5	12
6		Alumno 6	12
7		Alumno 7	11
8		Alumno 8	12
9		Alumno 9	11
10		Alumno 10	11
11		Alumno 11	12
12		Alumno 12	11
13		Alumno 13	13
14		Alumno 14	13
15		Alumno 15	13
16		Alumno 16	12
17		Alumno 17	15
18		Alumno 18	13
19		Alumno 19	14
20		Alumno 20	12
21		Alumno 21	11
22		Alumno 22	12

23		Alumno 23	14
24		Alumno 24	14
25		Alumno 25	11
26		Alumno 26	12
27		Alumno 27	13
28		Alumno 28	13
29		Alumno 29	13
30		Alumno 30	11
31		Alumno 31	12
32		Alumno 32	15
33		Alumno 33	13

DOCENTE RESPONSABLE 1:
DOCENTE RESPONSABLE 2:

FIRMA DEL DOCENTE

USMP FILIAL SUR

Mg. Julio E. Postigo Zumarán
Coord. Escuela de Ing. Industrial

15/06/18
(fecha de entrega)

USMP | FILIAL SUR

PRE - ACTA DEL INDICADOR 2018-I

FACULTAD: FIA
ESCUELA: INGENIARÍA INDUSTRIAL
ASIGNATURA: REALIDAD NACIONAL
PROMEDIO FINAL
FECHA IND: 28/06/18
CICLO: I
TURNO: MAÑANA

Nro.	Código	Apellidos y Nombres	NOTA
1		Alumno 1	00
2		Alumno 2	00
3		Alumno 3	15
4		Alumno 4	00
5		Alumno 5	13
6		Alumno 6	11
7		Alumno 7	00
8		Alumno 8	12
9		Alumno 9	13
10		Alumno 10	11
11		Alumno 11	12
12		Alumno 12	10
13		Alumno 13	15
14		Alumno 14	14
15		Alumno 15	12
16		Alumno 16	12
17		Alumno 17	14
18		Alumno 18	11
19		Alumno 19	12
20		Alumno 20	14
21		Alumno 21	13
22		Alumno 22	13

23		Alumno 23	15
24		Alumno 24	14
25		Alumno 25	12
26		Alumno 26	13
27		Alumno 27	13
28		Alumno 28	11
29		Alumno 29	13
30		Alumno 30	11
31		Alumno 31	14
32		Alumno 32	16

DOCENTE RESPONSABLE 1:
DOCENTE RESPONSABLE 2:

FIRMA DEL DOCENTE

15/06/18
(fecha de entrega)

USMP FILIAL SUR

PRE - ACTA DEL INDICADOR 2018-I

FACULTAD: FIA
ESCUELA: INGENIARÍA INDUSTRIAL
ASIGNATURA: REALIDAD NACIONAL
PROMEDIO FINAL
FECHA IND: 28/06/18
CICLO: I
TURNO: NOCHE

Nro.	Código	Apellidos y Nombres	NOTA
1		Alumno 1	12
2		Alumno 2	05
3		Alumno 3	12
4		Alumno 4	12
5		Alumno 5	12
6		Alumno 6	12
7		Alumno 7	11
8		Alumno 8	12
9		Alumno 9	11
10		Alumno 10	11
11		Alumno 11	12
12		Alumno 12	11
13		Alumno 13	13
14		Alumno 14	13
15		Alumno 15	13
16		Alumno 16	12
17		Alumno 17	15
18		Alumno 18	13
19		Alumno 19	14
20		Alumno 20	12
21		Alumno 21	11
22		Alumno 22	12

23		Alumno 23	11
24		Alumno 24	12
25		Alumno 25	12
26		Alumno 26	14
27		Alumno 27	15
28		Alumno 28	15
29		Alumno 29	12
30		Alumno 30	13
31		Alumno 31	11
32		Alumno 32	10
33		Alumno 33	11
34		Alumno 34	12
35		Alumno 35	16
36		Alumno 36	11

DOCENTE RESPONSABLE 1:
DOCENTE RESPONSABLE 2:

FIRMA DEL DOCENTE

USMP FILIAL SUR

Mg. Julio E. Postigo Zumarán
Coord. Escuela de Ing. Industrial

15/06/18
(fecha de entrega)

USMP FILIAL SUR

PRE - ACTA DEL INDICADOR 2018-I

FACULTAD: FIA
ESCUELA: INGENIARÍA INDUSTRIAL
ASIGNATURA: INTRODUCCIÓN A LA INGENIERÍA
PROMEDIO FINAL
FECHA IND: 28/06/18
CICLO: I
TURNO: MAÑANA

Nro.	Código	Apellidos y Nombres	NOTA
1		Alumno 1	00
2		Alumno 2	00
3		Alumno 3	15
4		Alumno 4	00
5		Alumno 5	13
6		Alumno 6	11
7		Alumno 7	00
8		Alumno 8	12
9		Alumno 9	13
10		Alumno 10	11
11		Alumno 11	12
12		Alumno 12	10
13		Alumno 13	12
14		Alumno 14	12
15		Alumno 15	13
16		Alumno 16	14
17		Alumno 17	12
18		Alumno 18	13
19		Alumno 19	12
20		Alumno 20	12
21		Alumno 21	14
22		Alumno 22	11

23		Alumno 23	14
24		Alumno 24	14
25		Alumno 25	11
26		Alumno 26	12
27		Alumno 27	13
28		Alumno 28	13
29		Alumno 29	13

DOCENTE RESPONSABLE 1:
DOCENTE RESPONSABLE 2:

FIRMA DEL DOCENTE

15/06/18
(fecha de entrega)

USMP UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES | FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

SÍLABO
REALIDAD NACIONAL

ÁREA CURRICULAR: HUMANIDADES

CICLO: I **SEMESTRE ACADÉMICO:** 2018-I

I. CÓDIGO DEL CURSO : 09070901030

II. CRÉDITOS : 03

III. REQUISITO : Ninguno

IV. CONDICIÓN DEL CURSO : Obligatorio

V. SUMILLA

La asignatura forma parte del área curricular de Humanidades; es de carácter teórico. Está orientada a desarrollar en los estudiantes, el pensamiento crítico, analítico y creativo, sobre las causas y consecuencias del proceso histórico de la realidad geográfica, económica, política, social y ambiental del geosistema peruano, desde mediados del siglo XX hasta los tiempos de la sociedad del conocimiento, a fin de formular propuestas viables de solución desde el aula universitaria.

El desarrollo de la asignatura comprende las unidades de aprendizaje siguientes:

Unidad I: Bases geográficas de la realidad nacional y problemática ambiental, Unidad II: Estructura social y política de la realidad nacional, Unidad III: Estructura económica y productiva de la realidad nacional.

VI. FUENTES DE CONSULTA

Fuentes bibliográficas:

- Aparcana, J (2005) *Geografía en la Sociedad del Conocimiento.* Lima: Juan Guntembert editores.
- Corporación Latinobarómetro (2013). *Informe 2013*. Santiago de Chile: Corporación Latinobarómetro.
- Degregori, C (2005). *No hay país más diverso. Compendio de antropología peruana*. Lima: PUCP.
- Guzmán; Chr. (2015) *La Constitución Política: Un análisis funcional*. Lima: Gaceta Jurídica.
- Instituto Cuánto (2011) *Perú en números*. Lima, Perú: Facultad de Ingeniería y Arquitectura.
- Matos, J (2012) *Perú estado desbordado y sociedad nacional emergente*. Lima: Editorial Universitaria.
- Ministerio de Energía y Minas (2013) *Libro anual de reservas de hidrocarburos*. Resumen Ejecutivo. Perú: autor editor.
- Ministry of Energy and Mines.(2014). *The Golden Book COP 20*. Perú: editor author.
- Organización Mundial de Comercio (2010) *Informe sobre el comercio mundial 2010*. Suiza:OMC
- Samuelson, P & Nordhamus, W (2010). *Macroeconomía con aplicación en Latinoamérica*.
- México: Editores Sociedad Anónima.
- Tord, L. (2010) *Mundo Perú - Perú World*. Lima, Perú: Fondo editorial de la Universidad de San Martín de Porres.

Fuentes electrónicas:

- Asociación Nacional del Agua (2015) *Cultura del Agua*. Recuperado de http://culturadelagua.pe/main.php.
- Ministerio del Ambiente (2015) *Minería ilegal e informal*. Recuperado de http://www.minam.gob.pe/mineriailegal/
- Ministerio del Ambiente (2015) *Gestión de la tierra y el agua*. Recuperado de http://www.minam.gob.pe/cambioclimatico/gestion-de-la-tierra-y-el-agua/.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2007) *Censos Nacionales 2007: XI de población y VI de vivienda.* Recuperado de: http://censos.inei.gob.pe/censos2007/documentos/Resultado_CPV2007.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2014) *Cifras de Pobreza*. Recuperado de http://www.inei.gob.pe/cifras-de-pobreza/
- Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (2012) *Mapa de vulnerabilidad a la inseguridad alimentaria 2012.* Recuperado de http://es.wfp.org/sites/default/files/es/file/mapa_de_vulnerabilidad_a_la_inseguridad_alimentaria_2012_web.pdf

VII. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD I: BASES GEOGRÁFICAS DE LA REALIDAD NACIONAL Y PROBLEMÁTICA AMBIENTAL.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE:

- Analizar la importancia de la naturaleza y alcances de la Realidad Nacional como escenario en la cual, los profesionales de Arquitectura, Ingeniería y Ciencias Aeronáuticas, desarrollarán sus actividades ocupacionales.
- Valorar la importancia de la estructura geográfica del geosistema local, regional y nacional, como fuente de recursos naturales para la satisfacción de las necesidades humanas.

PRIMERA SEMANA
Organización del ciclo académico. Sistema de evaluación.
Organización del geosistema peruano. Recursos naturales renovables y no renovables.

SEGUNDA SEMANA
Litosfera como fuente de riqueza natural: problemas y propuestas.
Gas de camisea. Minería informal e ilegal.

TERCERA SEMANA
Hidrosfera como fuente de recurso natural. Problemas y propuestas.
Contaminación de aguas lenticas, loticas, congeladas y subterráneas.

CUARTA SEMANA
La atmosfera como fuente de recurso natural: problemas y propuestas. Cambio climático. Efecto invernadero.COP20

QUINTA SEMANA
La entidad biótica fuente de recurso natural. Problemas y propuestas
Producción hidrobiología. Deforestación. Extinción de especies bióticas.

UNIDAD II: ESTRUCTURA SOCIAL Y POLÍTICA DE LA REALIDAD NACIONAL.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE:

- Analizar los alcances conceptuales sobre la población peruana y la diversidad cultural.
- Analizar las causas y consecuencias de los indicadores de pobreza y de desarrollo humano, que caracterizan a la población peruana, con la finalidad de formular propuestas viables de solución.
- Analizar los conceptos de ciudadanía, formas de gobierno, democracia, ideologías, partidos políticos, por ser elementos importantes para el desarrollo jurídico de gobierno del Estado peruano.

SEXTA SEMANA
Entidad antrópica del geosistema peruano.
Población según región, estratos sociales, áreas de residencia, población electoral. Migración.
Diversidad cultural.

SÉPTIMA SEMANA
Pobreza y extrema pobreza. Índice de desarrollo humano.
Seguridad alimentaria e inseguridad alimentaria

OCTAVA SEMANA
Examen parcial.

NOVENA SEMANA
Nación como organismo vivo. Estado Peruano. Ciudadanía.
Formas de gobierno. Centralismo y descentralización.

DÉCIMA SEMANA
Ciudadanía, gobernabilidad, ideologías y partidos políticos.

UNIDAD III: ESTRUCTURA ECONÓMICA Y PRODUCTIVA DE LA REALIDAD NACIONAL

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE:

- Analizar las bases conceptuales de las diferentes doctrinas y modelos económicos en la economía peruana, de 1950 a la fecha.
- Formular juicios de valor sobre el proceso de globalización y economía exportadora (TLC) que se desarrolla en el Perú.
- Analizar el desarrollo de los diferentes sectores productivos de la realidad nacional.
- Fundamentar la problemática de la realidad nacional descrita en los trabajos de investigación Monográfica: TIM. Propuestas de solución**.**

UNDÉCIMA SEMANA

Doctrinas económicas. Modelos económicos de los últimos 50 años en Perú.

Globalización Tratados de libre comercio.

DUODÉCIMA SEMANA

Estructura productiva del Perú. Sector productivo primario de la realidad nacional.

Actividades extractivas y productivas .Minería. Agricultura. Pesca.

DECIMOTERCERA SEMANA

Sector productivo secundario de la realidad nacional. Industria y construcción.

Sector productivo terciario de la realidad nacional. Servicios, comunicaciones, educación, salud, turismo y transporte.

DECIMOCUARTA SEMANA

Sociedades del conocimiento. Exposiciones de los TIM.

DECIMOQUINTA SEMANA

Exposiciones de los TIM: problemas y soluciones de la realidad nacional

DECIMOSEXTA SEMANA

Examen final

DECIMOSÉPTIMA SEMANA
Entrega de promedios finales y acta del curso.

VIII. CONTRIBUCIÓN DEL CURSO AL COMPONENTE PROFESIONAL

a.	Matemática y Ciencias Básicas	0
b.	Tópicos de Ingeniería y Arquitectura	0
c.	Educación General	3

IX. PROCEDIMIENTOS DIDÁCTICOS

Estrategias de enseñanza: Exposición docente, diálogo, dinámica de grupos, demostraciones prácticas, resolución de problemas, estudio de casos.
Estrategias de aprendizaje: Observación e interpretación de hechos y situaciones concretas, búsqueda de fuentes de información confiable, elaboración de trabajos de investigación monográfica, exposición individual y grupal de trabajos, solución de problemas, análisis de textos.

X. MEDIOS Y MATERIALES

Equipos: Computadora, proyector, aplicaciones multimedia, ecran, aula virtual.
Materiales: Manual universitario, pizarra, tiza, mota, direcciones electrónicas.

XI. EVALUACIÓN

El promedio final del curso se obtiene con la siguiente fórmula

PF = (2*PE+EP+EF)/4

PE = ((P1+P2+P3+P4–MN)/3 + W1) /2

Dónde:

PF = Promedio Final

EP = Examen Parcial (escrito)

EF = Examen Final (escrito)

PE = Promedio de Evaluaciones

P1…P4: Evaluaciones

W1: Trabajo

XII. APORTE DEL CURSO AL LOGRO DE RESULTADOS

El aporte del curso al logro de los resultados (Outcomes), para las Escuelas Profesionales de: Ingeniería Electrónica, Ingeniería Industrial, Ingeniería Civil e Ingeniería de Industrias Alimentarias, se establece en la tabla siguiente

(a)	Habilidad para aplicar conocimientos de matemática, ciencia e ingeniería	
(b)	Habilidad para diseñar y conducir experimentos, así como analizar e interpretar los datos obtenidos	
(c)	Habilidad para diseñar sistemas, componentes o procesos que satisfagan las necesidades requeridas	
(d)	Habilidad para trabajar adecuadamente en un equipo multidisciplinario	K
(e)	Habilidad para identificar, formular y resolver problemas de ingeniería	
(f)	Comprensión de lo que es la responsabilidad ética y profesional	K
(g)	Habilidad para comunicarse con efectividad	R
(h)	Una educación amplia necesaria para entender el impacto que tienen las soluciones de la ingeniería dentro de un contexto social y global	R
(i)	Reconocer la necesidad y tener la habilidad de seguir aprendiendo y capacitándose a lo largo de su vida	K
(j)	Conocimiento de los principales temas contemporáneos	K
(k)	Habilidad de usar técnicas, destrezas y herramientas modernas necesarias en la práctica de la ingeniería	

El aporte del curso al logro de los resultados (Outcomes), para la Escuela Profesional de Ingeniería de Computación y Sistemas, se establece en la tabla siguiente:

K = clave **R** = relacionado **Recuadro vacío** = no aplica

a.	Habilidad para aplicar conocimientos de computación y matemáticas apropiadas para los resultados del estudiante y las disciplinas enseñadas.	
b.	Habilidad para analizar un problema e identificar y definir los requerimientos apropiados para su solución.	
c.	Habilidad para diseñar, implementar y evaluar un sistema basado en computadoras, procesos, componentes o programa que satisfagan las necesidades requeridas.	
d.	Habilidad para trabajar con efectividad en equipos para lograr una meta común.	K
e.	Comprensión de los aspectos y las responsabilidades profesional, ética, legal, de seguridad y social.	K
f.	Habilidad para comunicarse con efectividad con un rango de audiencias.	R
g.	Habilidad para analizar el impacto local y global de la computación en los individuos, organizaciones y la sociedad.	R
h.	Reconocer la necesidad y tener la habilidad para comprometerse a un continuo desarrollo profesional.	K
i.	Habilidad para usar técnicas, destrezas, y herramientas modernas necesarias para la práctica de la computación.	
j	Comprensión de los procesos que soportan la entrega y la administración de los sistemas de información dentro de un entorno específico de aplicación.	R

XIII. HORAS, SESIONES, DURACIÓN

a) **Horas de clase:**

Teoría	Práctica	Laboratorio
3	0	0

b) **Sesiones por semana:** Una sesión.
c) **Duración**: 3 horas académicas de 45 minutos.

XIV. JEFE DE CURSO

Prof. Adriana Rueda Ñopo.

XV. FECHA

La Molina, marzo de 2018.

USMP UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN DE PORRES | FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

SÍLABO
INTRODUCCIÓN A LA INGENIERÍA

ÁREA CURRICULAR: HUMANIDADES

CICLO I **SEMESTRE ACADÉMICO 2018-I**

I.	**CÓDIGO DEL CURSO**	: 09066201020
II.	**CRÉDITOS**	: 02
III.	**REQUISITO**	: Ninguno
IV.	**CONDICIÓN DEL CURSO**	: Obligatorio

XIII. SUMILLA

Esta asignatura es de naturaleza teórica, cuyo propósito es brindar al estudiante una visión integral de la profesión de Ingeniería y sus diversas especialidades, enfocándose en los diferentes aspectos que implican la profesión y sus principales actividades.

La asignatura se desarrolla mediante las siguientes unidades de aprendizaje:
I: La Ingeniería como profesión. II. Enfoque ingenieril en la resolución de problemas y III. Herramientas y técnicas básicas en la Ingeniería

XIV. FUENTES DE CONSULTA:

Bibliográficas

- Anfinson, D. (2009) *Fundamentos de tecnología de la Información.* Pearson Educación
- Bernuy, A. (2010) *Comercio electrónico y Gestión del Conocimiento.* Lima: Universitaria.
- Gallegos, H. (2011) *La Ingeniería El Éxito de las fallas*. Lima: Consejo Departamental de Lima – CIP.
- Grech, P. (2001) *Introducción a la Ingeniería un enfoque a través del diseño*. Prentice Hill.
- Hicks, P. (2003) *Ingeniería Industrial y Administración, una nueva perspectiva*. México: CECSA.
- Indecopi. (2011). *Guía para solicitar una patente en el Perú y el extranjero*. Lima: Eje visual producciones S.R.L.
- López G. Jefferson (2004). I*ntroducción a las Tecnologías de la Información.* Lima: Crea Imagen *SAC*.
- Mariátegui, F. (2011) *Ciberconocimiento: Contexto y Propuestas*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Pond, R. and Rankinen J. (2008*) Introduction to Engineering Technology*. Prentice Hall.
- Romero, H., Muñoz D. (2006) *Introducción a la Ingeniería Un Enfoque Industrial*. México: Thompson Editores.
- Vaughn, R. (2000) *Introducción a la Ingeniería Industrial*. México: Reverte S.A.
- Wright, Paul H. (2002). *Introduction to Engineering*. U.S.A.: John Wiley & son

VII. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD I: LA INGENIERÍA COMO PROFESIÓN

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE:

- Conocer una visión global de la profesión de Ingeniería y el aporte en el desarrollo de la humanidad.
- Comprender la relación Ciencia – Tecnología, dentro del contexto de la profesión

PRIMERA SEMANA
Definición de Ingeniería, su desarrollo histórico, personajes. Historia de la ingeniería en el Perú.

SEGUNDA SEMANA
La Ingeniería como profesión. Perfil y habilidades en la Ingeniería. Campo laboral del Ingeniero.

TERCERA SEMANA
Principales especialidades de la Ingeniería y sus aportes.

CUARTA SEMANA
Ciencia, técnica y tecnología.

UNIDAD II: ENFOQUE INGENIERIL EN LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE:

- Conocer las normas éticas del ejercicio profesional.
- Conocer las técnicas creativas en el desarrollo de la profesión.

QUINTA SEMANA
La Universidad, historia, estructura, marco Legal de la educación en el Perú, estructura de la carrera.

SEXTA SEMANA
La moral y la ética en el Ingeniero. Código de Ética en Ingeniería. Los valores en la Ingeniería

SÉPTIMA SEMANA
El Proceso de aprendizaje. Proceso creativo en Ingeniería. Técnicas creativas. Diagramación mental.

OCTAVA SEMANA
Examen parcial

UNIDAD III: HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS BÁSICAS DE LA INGENIERÍA

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE:

- Conocer el método científico en Ingeniería
- Comprender el concepto de seguridad integral.
- Conocer las tendencias de la Ingeniería.
- Conocer las nuevas tecnologías.
- Comprender las tendencias de la nueva economía

NOVENA SEMANA
El enfoque ingenieril para la resolución de problemas. Metodologías para la definición del problema.

DÉCIMA SEMANA
Método científico en Ingeniería. Pasos del método científico. Aplicación del método científico.

UNDÉCIMA SEMANA
Seguridad Integral. Condiciones ambientales. Indumentaria de trabajo. Seguridad eléctrica. Normas

DUODÉCIMA SEMANA
Importancia de la tecnología: confiabilidad e integridad, seguridad, privacidad y anonimato.

DECIMOTERCERA SEMANA
Nuevas tecnologías. Tendencias de la Ingeniería en la nueva economía.

DECIMOCUARTA SEMANA
Exposición de trabajo final.

DECIMOQUINTA SEMANA
Exposición de trabajo final.

DECIMOSEXTA SEMANA
Examen final.

DECIMOSÉPTIMA SEMANA
Entrega de promedios finales y acta del curso.

VIII.CONTRIBUCIÓN DEL CURSO AL COMPONENTE PROFESIONAL

a. Matemática y Ciencias Básicas	**0**
b. Tópicos de Ingeniería	**0**
c. Educación General	**2**

IX. PROCEDIMIENTOS DIDÁCTICOS

- Método expositivo – interactivo. Disertación docente, exposición del estudiante.
- Método de discusión guiada. Conducción del grupo para abordar situaciones y llegar a conclusiones y recomendaciones.
- Desarrollo de casos prácticos.

X. MEDIOS Y MATERIALES

Equipos: Una computadora personal para el profesor y uso de laboratorios especializados
Materiales: Separatas y libro de texto base

XI. EVALUACIÓN

El promedio final de la asignatura se obtiene mediante la fórmula siguiente:

PF = (2*PE+EP+EF)/4

PE = ((P1+P2+P3+P4–MN)/3 + W1) /2

W1 : Trabajo grupal (escrito)

Donde:
PF : Promedio final
EP : Examen parcial (escrito)
EF : Examen final (escrito)
PE : Promedio de evaluaciones
P# : Práctica calificada (escrito)

MN : Menor nota – practica calificada

Consideraciones para evaluación de trabajos grupales

	Exposición				
	Presentación Personal	Conocimiento del Tema	Dominio Escena	Ayuda Visual	Desenvolvimiento y seguridad
Peso académico	3	5	4	4	4

	Informe Monográfico					
	Redacción	Contenido	Análisis Critico	Conclusiones	Fuentes Bibliográficas	Aporte Individual
Peso académico	3	3	4	4	1	5

XII. APORTE DEL CURSO AL LOGRO DE RESULTADOS

El aporte del curso al logro de los Resultados del Programa para las Escuelas Profesionales de Ingeniería Civil e Ingeniería Industrial, se establece en la tabla siguiente:

K = clave **R** = relacionado **Recuadro vacío** = No aplica

(a)	Habilidad para aplicar conocimientos de matemática, ciencia e ingeniería	
(b)	Habilidad para diseñar y conducir experimentos, así como analizar e interpretar los datos obtenidos	
(c)	Habilidad para diseñar sistemas, componentes o procesos que satisfagan las necesidades requeridas	
(d).	Habilidad para trabajar adecuadamente en un equipo multidisciplinario	**K**
(e)	Habilidad para identificar, formular y resolver problemas de ingeniería	
(f)	Comprensión de lo que es la responsabilidad ética y profesional	**K**
(g)	Habilidad para comunicarse con efectividad	**K**
(h)	Una educación amplia necesaria para entender el impacto que tienen las soluciones de la ingeniería dentro de un contexto social y global	**R**
(i)	Reconocer la necesidad y tener la habilidad de seguir aprendiendo y capacitándose a lo largo de su vida	**R**
(j)	Conocimiento de los principales temas contemporáneos	**R**
(k)	Habilidad de usar técnicas, destrezas y herramientas modernas necesarias en la práctica de la ingeniería	**R**

El aporte del curso al logro de los resultados (Outcomes), para la Escuela Profesional de Ingeniería de Computación y Sistemas, se establece en la tabla siguiente:

K = Clave **R** = Relacionado **Recuadro vacío** = No aplica

a.	Habilidad para aplicar conocimientos de computación y matemáticas apropiadas para los resultados del estudiante y las disciplinas enseñadas.	
b.	Habilidad para analizar un problema e identificar y definir los requerimientos apropiados para su solución.	
c.	Habilidad para diseñar, implementar y evaluar un sistema basado en computadoras, procesos, componentes o programa que satisfagan las necesidades requeridas.	
d.	Habilidad para trabajar con efectividad en equipos para lograr una meta común.	K
e.	Comprensión de los aspectos y las responsabilidades profesional, ética, legal, de seguridad y social.	R
f.	Habilidad para comunicarse con efectividad con un rango de audiencias.	K
g.	Habilidad para analizar el impacto local y global de la computación en los individuos, organizaciones y la sociedad.	R
h.	Reconocer la necesidad y tener la habilidad para comprometerse a un continuo desarrollo profesional.	R
i.	Habilidad para usar técnicas, destrezas, y herramientas modernas necesarias para la práctica de la computación.	R
j	Comprensión de los procesos que soportan la entrega y la administración de los sistemas de información dentro de un entorno específico de aplicación.	

XIII. HORAS, SESIONES, DURACIÓN

a) **Horas de clase:**

Teoría	Práctica	Laboratorio
1	2	0

b) **Sesiones por semana:** Una sesión.
c) **Duración**: 3 horas académicas de 45 minutos

XIV. JEFE DE CURSO

Ing. Hugo Chacón Moscoso

XV. FECHA

La Molina, marzo de 2018.

EVIDENCIAS:

IMÁGENES DE LOS ESTUDIANTES DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

Nicho Ecológico

USMP