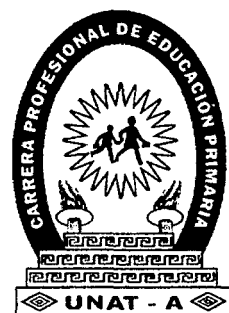




**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA
DE AMAZONAS**



FACULTAD DE EDUCACIÓN

**INFORME DE EXPERIENCIAS DE SUFICIENCIA
PROFESIONAL**

**APLICACIÓN DE UN INSTRUMENTO DE
EVALUACIÓN PARA MEDIR LA IMPORTANCIA DE
LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL
APRENDIZAJE DE LAS ALUMNAS DEL CUARTO
GRADO "A" DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA N°
18002 ISABEL LYNCH DE RUBIO - CHACHAPOYAS -
2010.**

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADO EN EDUCACIÓN PRIMARIA**

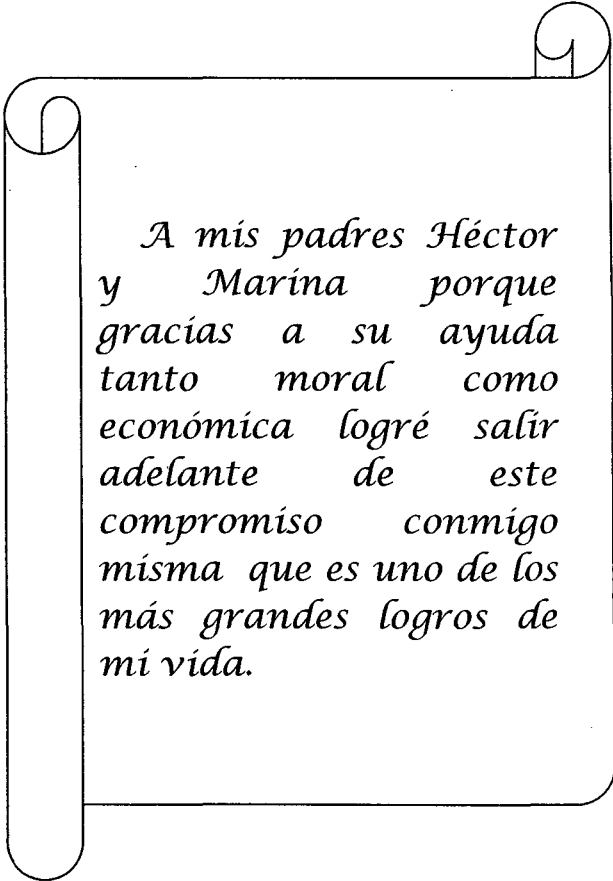
BACHILLER: ENI MERCEDES VARGAS MAS

JURADOS:

- | | |
|----------------------------------|------------|
| • Mg. Ever Salomé Lázaro Bazán | Presidente |
| • Lic. Roberto José Nervi Chacón | Secretario |
| • Mg. Manuel Yoplac Acosta | Vocal |

CHACHAPOYAS - AMAZONAS - PERU

2010



*A mis padres Héctor
y Marina porque
gracias a su ayuda
tanto moral como
económica logré salir
adelante de este
compromiso conmigo
misma que es uno de los
más grandes logros de
mi vida.*

AGRADECIMIENTO

Manifiesto un sincero agradecimiento y eterna gratitud a todas las personas que, de una manera u otra, contribuyeron decididamente para culminar con éxito el presente trabajo de investigación, muy en especial:

- ❖ **A LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA AMAZONAS**, y a todos los docentes de la facultad de Educación Primaria por sus enseñanzas, consejos, conocimientos y experiencias que me incentivaron a seguir adelante en mi formación profesional.

- ❖ A todos mis compañeros y amigos por su apoyo incondicional y creer en mi y estar conmigo en todos, los momentos de mi vida estudiantil y compartir enseñanzas que nos ayudaran en nuestra vida diaria.

PÁGINA DE AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS	
UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA AMAZONAS	
Dr. Vicente Marino Castañeda Chávez	Rector
Mg Miguel Ángel Barrena Gurbillón	Vicerrector Académico
Dra. Flor Teresa García Huamán	Vicerrectora Administrativa

CARRERA PROFESIONAL EDUCACION PRIMARIA	
Mg. Ever Salomé Lázaro Bazán	Presidente del Consejo de la Facultad de Educación.

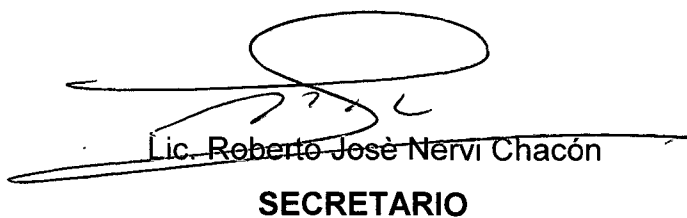
PÁGINA DE AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

PÁGINA DEL JURADO DE EXAMEN DE SUFICIENCIA PAROFESIONAL

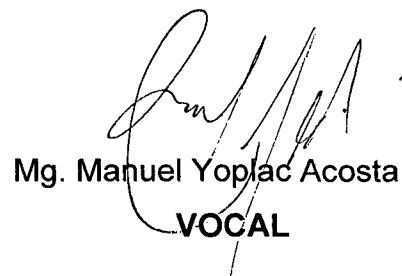
El jurado de Examen de Suficiencia Profesional, a sido designado según Art. 92 del REGLAMETO PARA EL OTORGAMINETO DEL GRADO DE BACHILLER Y EL TÍTULO DE LICENCIADO (R.C GN 022-UNAT – A-C G) el mismo que esta conformado por:



Mg. Ever Salome Lázaró Bazán.
PRESIDENTE



Lic. Roberto José Nervi Chacón
SECRETARIO



Mg. Manuel Yoplac Acosta
VOCAL

TABLA DE CONTENIDOS		
	DEDICATORIA	iii
	AGRADECIMIENTO	iv
	PÁGINA DE LAS AUTORIDADES UNIVERSITARIAS	v
	PÁGINA DEL JURADO DEL EXAMEN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL	vi
	TABLA DE CONTENIDOS	vii
	RESUMEN	ix
I.	INTRODUCCIÓN	10
	1.1 Realidad problemática	11
	1.2 Formulación del problema	11
	1.3 Justificación del problema	12
	1.4 Marco teórico	13
	1.5 Objetivos de la investigación	53
	1.6 Limitaciones de la investigación	54
II.	MATERIALES Y MÉTODOS	54
	2.1 Población y muestra	54
	2.2 Diseño de investigación	54
	2.3 Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos	55
	2.4 Procesamiento y presentación de datos	56
	2.5 Análisis e interpretación de resultados	56
III.	RESULTADOS	57
IV.	DISCUSIÓN	59
V.	CONCLUSIONES	60
VI.	RECOMENDACIONES	61
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	62
	ANEXOS Nº 01 TETS “TEST SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN”	65

	ANEXO N° 02 CODIFICACIÓN Y TABULACIÓN DE DATOS	66
	ANEXO N° 03 ICONOGRAFÍAS	67

RESUMEN

El presente trabajo de investigación “Aplicación de un instrumento de evaluación para medir la importancia de los medios de comunicación en el aprendizaje de las alumnas del cuarto grado “A” de la Institución Educativa N° 18002 “Isabel Lynch de Rubio” Chachapoyas- 2010.

En la investigación la población estuvo conformado por 23 alumnas de las alumnas del cuarto grado “A” de la Institución Educativa N° 18002 Isabel Lynch de Rubio Chachapoyas- 2010.

La muestra estuvo representado por todas las alumnas del cuarto grado “A” de la Institución Educativa N° 18002 “Isabel Lynch de Rubio”. Se utilizo el diseño descriptivo simple.

El método empleado es analítico sintético, los datos se han recolectado mediante el instrumento del “TEST”. Además se revisó gran variedad bibliográfica, siendo analizada y sintetizada las diferentes perspectivas de autores acerca de la importancia de los medios de comunicación con el fin de proporcionar la perspectiva del investigador.

Según los resultados obtenidos del test se pudo observar un nivel deficiente del conocimiento e importancia de los medios de comunicación en las alumnas del cuarto grado “A” de la Institución Educativa N° 18002 Isabel Lynch de Rubio Chachapoyas- 2010.

En conclusión sustento que las alumnas tienen desconocimiento sobre la importancia de los medios de comunicación, teniendo en cuenta que es imprescindible para su formación como futuros ciudadanos y su formación humanística hacia la niñez Chachapoyana y amazonense.

PALABRAS CLAVES: - Medios de comunicación.
- Aprendizaje.

INTRODUCCION

I.- INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación “Aplicación de un instrumento de evaluación para medir la importancia de los medios de comunicación en el aprendizaje las alumnas de cuarto grado “A” de la Institución Educativa Isabel Lynch de Rubio Chachapoyas 2010”.

A lo largo de la historia, los medios de comunicación han ido avanzando en paralelo con la creciente capacidad de los pueblos para configurar su mundo físico y con su creciente grado de interdependencia. La revolución de las telecomunicaciones y de la transmisión de datos ha empujado al mundo hacia el concepto de “aldea global”. La comunicación es una ciencia social en constante cambio, por lo que es un factor inherente a la actividad científica, es el proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes. Hablar de los medios y la educación significa abordar un campo que, aunque reciente en todo el mundo, incluye no pocos aspectos. Donde busca contextualizar históricamente la compleja y difícil relación que une a la escuela con los medios de comunicación. Un vínculo basado en la desconfianza y en cierto recelo con que muchas veces las escuelas miran a los medios, en especial a la televisión. Sin embargo los medios ocupan un lugar central en la vida de los niños e influyen sobre la manera en que perciben la realidad e interactúan con el mundo. Al formativo de los medios de comunicación.

. A fin de comprender el espacio que ocupan los medios en la cotidianidad de los chicos y poder analizar más profundamente su alcance como educadores.

11.- REALIDAD PROBLEMÁTICA

La educación peruana está en crisis por que la sociedad está en crisis por lo que nuestro reto en este siglo XXI es afrontar esta difícil realidad poniendo de nuestra parte dedicación y gran responsabilidad así como estar acorde con las nuevas innovaciones que se dan en el campo pedagógico , en esta perspectiva debemos considerar que es necesario y fundamental que se produzcan cambios en nuestro diario accionar, por lo tanto conscientes del rol que nos corresponde desempeñar como docentes de Educación Primaria es brinda un aporte al conocimiento a partir de la realidad de nuestra localidad..

En la actualidad los medios de comunicación se encuentran en su máximo apogeo las mismas que no son aprovechadas de manera eficiente para el desarrollo tecnológico e intelectual del ser humano por lo mismo que existe desconocimiento del tema y los cambios que hay en estos medios. En las Instituciones Educativas de nuestro país existe poca profundización en el conocimiento de los medios de comunicación social y su influencia en el Rendimiento Académico de los niños.

1.2.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera la aplicación de un instrumento de evaluación para medir la importancia de los medios de comunicación influyen en el aprendizaje, en las alumnas del cuarto grado "A" de Educación Primaria de la Institución Educativa N°18002 Isabel Lynch de Rubio -Chachapoyas-2010?

1.3.-JUSTIFICACIÓN

La realización de la presente investigación es por que en la mayoría de los estudiantes desconocen la importancia de los medios de comunicación en el aprendizaje. La investigación pretende brindar ideas claras y precisas del tema tratado.

La comunicación es un medios por el que se ponen en relación las personas es por esto que ha ido evolucionando con el transcurrir del tiempo. Uno de los problemas inherentes asociados al desarrollo de las sociedades, es el uso inadecuado de los medios de comunicación es por esto que con el desarrollo del presente trabajo de investigación lograremos conocer la importancia de los medios de comunicación. La comunicación es un medio por el que se pone en relación las personas es por esta que ha ido evolucionando con el transcurrir del tiempo. La realización de la presente investigación es justificable en cuanto se propone determinar *la importancia de los medios de comunicación en el rendimiento académico*, que es de conveniencia relevante para mejorar el proceso de enseñanza aprendizaje.

Con el referido aporte se benefician educadores y educandos de educación primaria, quienes harán el efecto multiplicador, en la perspectiva de conocer la influencia de los medios de comunicación en el rendimiento académico.

Finalmente, además de los fundamentos descritos que justifican y sustentan la importancia del estudio realizado, se suma también la concordancia con la normatividad institucional por cuanto el informe de examen de suficiencia profesional se ampara en los artículos 89° al 103 del reglamento para el otorgamiento del grado de Bachiller y Título de Licenciado o su equivalente en la universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza Amazonas.

1.4.-MARCO TEÓRICO

1.4.1.-ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

A) COMUNICACIÓN

ETIMOLOGIA.

Comunicación proviene del latín “*comunicare*”, que significa “**compartir experiencia**”.

Definición:

Desde hace muchísimos tiempo, desde que el hombre apareció en el mundo, tuvo la necesidad de comunicarse con sus semejantes y con todos los que le rodeaban, no se usaba el lenguaje como tal, así como hoy en día, pero lo que si es seguro es que de alguna manera tenia que comunicarse con los demás. Esto lo hacia a través de sonidos, señales, gruñidos, gestos, gritos, etc. Tiempo después todas estas señales, símbolos, signos que usaba, empezó a plasmarlos en las paredes o piedras, es decir por medios gráficos que descubrió posteriormente.

El concepto de proceso debe entenderse como el conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial. Es desde ese punto de vista que debe analizarse la comunicación, partiendo del estudio de diferentes modelos. El primero de ellos, y posiblemente el mas conocido es el “retórico”de Aristóteles (334 – 332 A.c.), quien definió científicamente la comunicación, por primera vez, como la “búsqueda de todos los medios posibles de persuasión”.

Después de la muerte de Aristóteles, la comunicación fue olvidada como tema de interés científico. El discurrir filosófico se volcó hacia el estudio del alma, pero a partir del siglo XVII hay grandes aportes

en la teoría del conocimiento, hasta que en la década de 1930, en los Estados Unidos, un grupo de científicos sociales se interesaron por los estudios de la comunicación, motivo por el cual se conocen a sus integrantes como los “padres de la comunicación” Ellos son: Paúl Lazarsfeld, Kurt Lewin, Harold Lasswell y Carl Hovland.

La comunicación se refiere al conocimiento vertidos de un individuo a otro. Comunicación es “el proceso vital mediante el cual un organismo establece una relación funcional consigo mismo y con el medio que la rodea, refleja su propia integración de estructuras y funciones, de acuerdo con las influencias que recibe del exterior, en un permanente intercambio de informaciones de conductas”.

La comunicación es un proceso mediante el cual se transmite informaciones, sentimientos, pensamientos, y cualquier otra cosa que pueda ser transmitida. Definiciones podemos encontrar muchas y de diferentes áreas de estudio, cada persona en si tiene su propia definición de comunicación , personalmente es un proceso en el cual se realiza un intercambio de ideas o información entre dos entes que son el que envía y el que recibe dicho mensaje.

1.4.2 EVOLUCIÓN DE LA COMUNICACIÓN.

La comunicación actual entre dos personas es el resultado de múltiples formas de comunicación como gesticular, verbal, facial, silencios, etc., de expresión desarrollados durante siglos mismos que han venido evolucionando.

La primera etapa de la comunicación fue probablemente, la era de los signos y las señales, que se desarrolló en los inicios de la prehistoria, anterior al lenguaje. Los antropólogos, opinan que el hombre prehistórico entró en la era del habla y del lenguaje, alrededor de 40 mil años atrás. Para el hombre de Cromagnon, el lenguaje ya era de uso común. Hace 5 mil años se produjo la

transformación hacia la era de la escritura, la que se constituyó en una herramienta del progreso humano. Llegar a la escritura significó pasar antes por las representaciones pictóricas que reflejaban ideas, hasta la utilización de letras, que significarán sonidos específicos.

Otro logro humano a favor de la comunicación, se produjo en el siglo XV, con la aparición de la Imprenta de tipo móviles, que reemplazó a los manuscritos. La idea fue concebida por el orfebre, Johann Gutenberg, quién después de muchas pruebas, descubrió un sistema único para hacer los caracteres de la imprenta.

El nacimiento del libro, amplió las posibilidades de la comunicación y la difusión de la lectura y de la escritura: ya en el siglo XVI, las imprentas producían miles de libros en diversos idiomas.

1.4.3. FORMAS DE COMUNICACIÓN LINGÜÍSTICA.

El lenguaje nos sirve para construir nuestros pensamientos, echar la volar la información entre los seres humanos o con nosotros mismos hace muchísimos, cuando crearon el lenguaje verbal solo utilizaban oralmente. Por esta razón no podemos saber como eran estos primeros lenguajes y cuáles eran los pensamientos que las personas se comunicaban. Y hace apenas unos miles de años, se desarrollo la escritura y desde entonces existe testimonios escrito del lenguaje verbal de antiguas culturas de Europa y Asia. El lenguaje escrito permite dejar un registro de los hechos históricos, las costumbres, la ciencia y la literatura de los pueblos.

Existen entonces dos formas de comunicación lingüística: la comunicación oral y la comunicación escrita,

➤ **Comunicación Oral.**

La comunicación oral es aquella que establece entre dos o más personas, tienen como medio de transmisión las ondas sonoras y como código un idioma. Es un medio de comunicación muy antiguo. También se puede decir que es aquella que permite por medio de la oralidad la comunicación de varios organismos.

Muchos cuentos fueron narraciones orales antes de su redacción escrita. Cada vez que nos comunicamos hacemos uso de un lenguaje. Pero una forma muy particular de usar el lenguaje es la comunicación oral que corresponde al intercambio de información entre las personas sin hacer uso de la escritura, de signos, de gestos o señales, sino más bien utilizándola voz para transmitir la información.

Ejemplo cuando escuchas radio, ves televisión, hablas por teléfono o asistes a una obra de teatro.

➤ **COMUNICACIÓN ESCRITA**

La comunicación por escrito carece de todos los elementos no verbales que acompañan el mensaje oral, tales como gestos silenciosos, etc.; y esta basada únicamente en el significado formal de las palabras. En consecuencia exige un número mayor de palabras que el lenguaje oral para expresar la misma idea. Se dirige a un receptor desconocido y ausente, por lo que debe explicarse totalmente: la claridad y precisión son fundamentales.

1.4.4. CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN

A.- CLARIDAD.- Es decir, escribir con un pensamiento transparente, comprensible, directo con los conceptos bien digeridos. La claridad es la exposición limpia, correcta, es redactar un texto entendible sin que de lugar a dudas.

B.-PRESICION.- Es la obligación o necesidad imprescindible que fuerza a ejecutar una cosa. Determinación, exactitud rigurosa, puntualidad, concisión.

C.- SINTESIS.- Es el resumen d aspectos de un texto pero no de todos sino únicamente de lo mas importante, de las partes más esenciales. La síntesis se realiza en base a las ideas principales del texto y con nuestras propias palabras.

D.-NATURALIDAD.-Con esto nos referimos a utilizar la lengua más usual o más habitual. Escribir con nuestro propio vocabulario sin rebuscamientos en el modo de proceder.

E.-CORTESIA.-Tratar con atención y respeto a la persona a la cual le redactamos, lo cortes no quita la sencillez, la cortesía es parte de la educación y por lo tanto debemos tenerla muy en cuenta.

Teniendo en cuenta las variables planteadas considero el aporte de algunos autores:

Señala que comunicación, es un proceso donde se utilizan todos los medios de persuasión que se tengan al alcance para hacernos entender. **(Aristóteles)**

Define el proceso de la comunicación, como un complejo sistema de acciones e interacciones personales y grupales, donde un individuo transmite un mensaje a otro y éste a su vez responde a otro mensaje, lo que genera un proceso circular continuo **(Kurt Lewin)**

Expone que la comunicación, es un fenómeno que establece una relación entre dos o más individuos, basada en el intercambio de mensajes y/o ideas, medio a través del cual se desarrollan todas las relaciones humanas **(William Bortot).**

Es la utilización de un código para la transmisión de un mensaje de una determinada experiencia en unidades semiológicas con el objeto de permitir a los hombres relacionarse entre sí. (**Andre Martinet**).

La opción clásica de comunicación siempre se refiere a conocimientos vertidos de un individuo a otro, luego de haber ocurrido procesos de captación, asimilación y aprendizaje.

La comunicación es un fenómeno característicamente humano. Del mismo que la piedra filosofal de los antiguos alquimistas tendría la facultad de convertir en comunicación todo lo que rodea desde los movimientos. (**Luis Hernán Ramírez**).

“La comunicación Palabra que se ha hecho muy popular en el intercambio de palabras, mensajes, pensamientos y opiniones entre los hombres e instituciones”. (**Luis Jaime Cisneros**).

Es una facultad que tiene el hombre para comunicarse, mediante símbolos naturales y signos convencionales, los cuales son sonidos articulados que expresan algo. (**Díaz Pija**).

La historia de la comunicación social podría definirse como la evolución y función de los medios de articulación y configuración de una opinión pública. (**Según Rosa Cal**).

Como se puede observar, independientemente del autor y momento histórico donde se desarrollan las ideas, todos coinciden en señalar que la comunicación es un proceso por medio del cual los individuos se relacionan entre sí, para hacer del mundo un lugar donde las ideas, los conocimientos, hechos y situaciones sean comunes; en los actuales momentos se habla que el mundo es una gran aldea, pues cualquier acontecimiento que suceda en el lugar de

la tierra que fuese y por remoto que éste sea, puede ser visto en forma inmediata por todos los países del mundo

1.4.5. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

a) COMUNICACIÓN

Kurt Lewin: Define el proceso de comunicación, como un como un complejo sistema de acciones e interacciones personales y grupales donde un individuo transmite un mensaje a otro y éste a su vez responde a otro mensaje, lo que genera un proceso circular continuo., así también hay quienes piensan que los medios de comunicación son el reflejo de la sociedad del momento.

José Gálvez Vásquez: La comunicación es el proceso mediante el cual se informa, se da ha conocer las informaciones obtenidas durante el proceso de investigación.

b) EL APRENDIZAJE.

Es el proceso a través del cual se adquieren nuevas habilidades, destrezas, conocimientos, conductas o valores como resultado del estudio, la experiencia, la instrucción y la observación. Aprendizaje es una de las funciones mentales más importantes en humanos, animales y sistemas artificiales.

c) TEST

Es un instrumento el cual su objetivo es medir una cuestión concreta en algún individuo, dependiendo de que tipo sea el test es al que se va a valorar, normalmente vienen ligados para ver el estado en que esta la persona

relacionado con su personalidad, amor, concentración, habilidades, aptitudes, entre otros.

d) INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Se utilizan para conocer la marcha y resultado del proceso de enseñanza-aprendizaje, estos pueden ser muy variados e incluyen tanto la observación del trabajo que realizan los estudiantes en las clases prácticas, los seminarios, las prácticas de laboratorio u otras formas de enseñanza, y que permiten verificar y corregir, si es necesario, el proceso de asimilación del contenido de enseñanza, conduciéndolo al logro de los objetivos propuestos. Estos instrumentos se pueden realizar de forma escrita, oral, o combinando ambas formas; pueden ser teóricos, prácticos y gráficos.

1.4.6. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL PERÚ

❖ Comunicación en la antigüedad

En nuestra época Pre-Inca, las comunicaciones se remonta al Reino de Quito, que entre uno de sus logros trascendentes, organizó un sistema que le permitió conocer las situaciones que se suscitaban en sus territorios mediante la conformación de mensajeros denominados los "URUYAS", que fueron el inicio de las comunicaciones por mensajero y complementados con otros sistemas de comunicación ópticos y acústicos como el humo, el tambor, etc., sistemas que nos transmitieron.

La evolución de los ingeniosos medios de comunicación de los que se valía en el gran imperio incaico, utilizando el fuego y el humo como señales ópticas, valiéndose de bocinas, tambores y troncos huecos de percusión para señales acústicas o empleando a los atléticos Chasquis,

cumplieron el rol para su desarrollo. **Williams Raymond; (1991), Historia de la comunicación. Vol I y II, 2da**

❖ Comunicaciones en el Imperio Inca

La organización de los correos en las primitivas culturas americanas estuvo ligada en un comienzo con la historia militar. Las necesidades militares requerían del empleo de medios propios para comunicarlas y es de esta manera como se establecen las primeras líneas de comunicación principalmente en las grandes civilizaciones del continente americano.

Los Incas construyeron una extensa red de caminos a través de los cuales las noticias y los decretos viajaban rápidamente a través de todo el imperio. Se estima que a la llegada de los españoles habían sido construidos 16.000 kilómetros de caminos, los cuales generalmente estaban empedrados y en ocasiones contaban con puentes colgantes y terraplenes para superar las dificultades geográficas. Los encargados de transportar los mensajes eran conocidos como *los chasquis* que significa "hombre que sirve de correo".

La difusión de la información podía hacerse de dos formas: En ocasiones se hacía por medio de la palabra, debiendo memorizar el mensaje y en otros casos se utilizaba *el quipu*, elemento constituido por una serie de hilos anudados de distintas maneras que eran interpretados por una clave especial conocida por el inca y sus gobernadores. El *quipu* era el medio fundamental que se empleaba para la transmisión de las noticias a los gobernadores, existiendo una verdadera sistematización de esta clave, y según las disposiciones que tomaban los distintos hilos anudados, así variaban los significados de las órdenes que se transmitían. El número y el color de los hilos significaban el número de gentes, armas, vestidos o cualquiera otra cosa que se había de hacer, enviar o prestar. Cuando el chasqui oía el mensaje que debía transmitir, lo memorizaba y corría durante su tramo preestablecido, el cual era de un cuarto de legua

debido a que según cálculos era la distancia ideal para que un hombre diera su máximo esfuerzo sin alcanzar a fatigarse, optimizando de esta manera el tiempo y el esfuerzo humano.

Era tal la importancia que se le daba al servicio de correos que quienes iban a ser destinados para ser chasquis eran entrenados desde niños para que pudieran realizar su oficio a la perfección. Debían conocer perfectamente cada uno de los caminos y sus atajos y eran diestros nadadores; También eran capaces de realizar sus labores durante las noches si esto fuese necesario. Además de transmitir noticias los chasquis también eran utilizados para transportar frutas y pescados. Se dice que en la mesa real se servían pescados frescos a las veinticuatro horas de salir del Océano. Comunicación en el Virreinato.

Durante la colonia la imprenta fue introducida al Perú en Lima se instaló esta maravillosa máquina en 1584. Con la instalación de la imprenta la Iglesia tuvo participación activa en fomentar las primeras ediciones de catecismos, gramáticas, devocionarios, pastorales, breves publicaciones religiosas y textos en lengua nativa, con objeto de profesar las tareas misionales y evangelizar a los pueblos recién fundados en la América Española. Asimismo, impresores y tipógrafos laicos se dedicaron a editar publicaciones de libros elementales y otras obras. A este tipo de impresos se agregó la prensa periódica que cobró importancia en las jóvenes comarcas del Nuevo Mundo.

Los primigenios periódicos consistían en pliegos sueltos o boletines bajo el nombre de “Gaceta”. Así se inicia el periódico colonial; aparecen semanarios, periódicos mensuales y bimestrales. En sus reducidas páginas se registra breves reseñas, relatos de las actividades más importantes, noticias de la metrópoli, gacetillas literarias y económicas.

Diario de Lima. Creado el 1º de octubre de 1790, dirigido por el español Jaime Abúsate y Mesa. Llenó un inmenso vacío de comunicación

en la sociedad virreinal de entonces. Fue el primer periódico de América del Sur y obtuvo reconocimiento en los dos virreinos vecinos. Dada la importancia histórica de esta publicación, se tomó la fecha de su aparición como el Día del Periodista.

El Mercurio Peruano, que es el periódico más importante de la Ilustración Peruana. Creado por un círculo de intelectuales jóvenes llamada *Sociedad Académica de Amantes de Lima*, se publicaron entre 1790 y 1795 más de 400 números en los cuales se trató los asuntos más diversos. Sin embargo, es fácil resumir su tema principal: hacer conocer el Perú e ilustrar a los peruanos. Por eso, el Mercurio Peruano no sólo fue un gran periódico del Siglo de las Luces sino también el primer periódico netamente peruano. (Williams Raymond;(1996) historia de la comunicación VOL IV II, 2da

❖ COMUNICACIÓN EN LA REPÚBLICA.

El momento periodístico de la ofensiva de los republicanos el órgano más importante de los republicanos fue el pequeño periódico *La Abeja Republicana* en cuya redacción intervinieron Mariátegui y Sánchez Carrión y cuyo significado cívico sólo se ha de repetir en 1859 en el *Constitucional* cuando dos generaciones liberales opusieron la vana fuerza de las ideas frente a los desmanes de Castilla. Los medios de comunicación son instrumentos en constante evolución. Muy probablemente la primera forma de comunicarse entre humanos fue la de los signos y señales empleados en la prehistoria, cuyo reflejo en la cultura material son las distintas manifestaciones del arte prehistórico. La aparición de la escritura se toma como hito de inicio de la historia. A partir de ese momento, los cambios económicos y sociales fueron impulsando el nacimiento y desarrollo de distintos medios de comunicación, desde los vinculados a la escritura y su mecanización (impresión -siglo XV-) hasta los medios audiovisuales ligados a la era de la

electricidad (primera mitad del siglo XX) y a la revolución de la informática y las telecomunicaciones (revolución científico-técnica o tercera revolución industrial -desde la segunda mitad del siglo XX-), cada uno de ellos esenciales para las distintas fases del denominado proceso de globalización.

Las evidencias más antiguas de la comunicación humana están sin duda en las pinturas rupestres del paleolítico superior (unos 30 mil años A.c.) y del magdaleniense (unos 15 mil años A.c.). Allí podemos inferir el pragmatismo de un sistema incipiente de numeración y el inicio del lenguaje de contenido estético que va a encontrar su más alta expresión en Egipto, unos 3 mil años A.c. Debemos añadir la escritura cuneiforme de Mesopotamia, unos 3 mil 500 años A.c., la cual nos ha proporcionado los documentos más antiguas de que disponemos.

Sin embargo, el sistema de escritura alfabética no comienza sino hasta el segundo milenio antes de Cristo, atribuido al pueblo fenicio y más concretamente al príncipe Cadmo, contemporáneo de Moisés. La existencia de Cadmo no está totalmente probada. Luego vino la transculturación greco - fenicia y greco - romana, lo que dio origen a las lenguas romances una vez terminado el Imperio de Occidente; y de allí proviene nuestro lenguaje España. **Williams Raymond; (1991), Historia de la comunicación. Vol I y II, 2d**

1.4.7. TIPOS DE COMUNICACIÓN

Para el desarrollo de este aspecto se parte de la concepción de Roger Malicot, quien señala que “la comunicación es la circulación del pensamiento en tres niveles: el primero, el unidimensional (consigo mismo); el segundo, el bidimensional (con los otros); y el tercero, el tridimensional (yo con los otros, el contexto y el medio)”.

A continuación indicaremos cada uno de ellos:

▪ COMUNICACIÓN INTRAPERSONAL

A través de él se manifiesta una conversación profunda y personal. Un emisor es receptor de su propio mensaje. El hablante es, al mismo tiempo, audiencia.

Este tipo de comunicación ocurre en el interior del individuo.

El centro del universo es el *yo* y su emisión de mensajes se logra mediante símbolos verbales o representaciones inimaginables. Como vemos la comunicación intrapersonal es íntima y limitada; se da por la vía del monólogo.

▪ COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

Cuando dos o más personas hablan, se dice que hay una relación de comunicación. Esta relación recibe el nombre de interpersonal y es el tipo de comunicación que la generalidad de las personas practicamos la mayor parte del tiempo. Ocurre cuando usted establece una comunicación dialogante con otra u otras personas, cuando de parte de los familiares, amigos, cuando se solicita orientación de sus asesores en el Centro Local, etc.

La comunicación interpersonal es la forma más primaria, directa y personal de la comunicación. Ella ofrece la oportunidad de que usted y otras personas puedan verse, compartir ideas, interrumpir o suspender el diálogo.

Ella permite no solamente la comunicación a través de la palabra, sino también con gestos, movimientos, además que forma parte del lenguaje. Se trata de una comunicación total, con el interés de crear relaciones profundas y satisfactorias. A través de ella, se logra un elevado grado de interacción y mayores

posibilidades de éxito en el intento comunicativo. Implica un cambio de conducta entre el emisor y el receptor del mensaje.

▪ **COMUNICACIÓN MASIVA**

El proceso comunicacional sigue siendo el mismo, lo que cambia son los medios utilizados. Ya no nos centramos solamente en las personas, sino que se requiere de ciertos instrumentos de carácter técnico para ampliar los contenidos de los mensajes y, en consecuencia, elevar el radio de acción y las posibilidades de lograr mayores efectos.

1.4.8. BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN

Sin duda, alguna vez en la vida no hemos podido comunicarnos con otras personas. Muchas pueden ser las causas: un teléfono dañado, un radio con mucho volumen, el llanto de un niño, el estruendo ruido de una corneta, etc. Estas interferencias se denominan ruidos o barreras.

Todos los elementos intervinientes en el proceso de la comunicación pueden sufrir obstrucciones o perturbaciones: anárquicas, aleatorias e imprevisibles que entorpecen, dificultan o imposibilitan la comunicación.

❖ **BARRERAS SEMÁNTICAS**

Si al hablar o escribir empleamos una palabra con una acepción que no corresponda, se produce una barrera semántica. Esto quiere decir: *cambio de significación*.

Estos ruidos o barreras se registran a diario. Los vehículos más eficaces en el uso y divulgación de los mismos son los medios de comunicación social.

A través de los medios de comunicación de masas llamados canales: televisión, revistas, periódicos, prensa, llegan a nosotros incontables expresiones iguales a estas. Cuando no precisamos el correcto significado de las palabras orales o escritas surgen diferentes interpretaciones, y así el receptor capta no lo que dice el emisor, sino lo que su contexto le indique.

❖ .BARRERAS FÍSICAS

Esta barrera se presenta cuando los medios utilizados para transportar el mensaje no permiten que éste llegue nítidamente al receptor y provoca incomunicación.

El medio es el vehículo, instrumento o aparato que transmite la información, los medios más empleados son:

- Cartas. Teléfono. Radio. Cine. Televisión. Periódicos. Revistas. Conferencias, paneles, debates, reuniones, etc. Carteles. Libros.

1.4.9. CLASIFICACIÓN

Debido a la complejidad de los medios de comunicación, Harry Pross (1972) ha separado estos en tres categorías, a partir de su grado técnico. En 1997 Manfred Fabler contribuyó con una nueva categoría, quedando así la siguiente clasificación:

- **Medios primarios** (medios propios): están ligados al cuerpo humano. No necesitan el empleo de técnica alguna para la comunicación, que a su vez es sincrónica. Ejemplos: Narrador, Cura, Teatro.
- **Medios secundarios** (máquinas): Necesitan el empleo de técnicas (tecnologías) del lado del productor de contenidos. El receptor de la

información no necesita ningún dispositivo para decodificar la información. Ejemplos: Periódico, revistas, etc.

- **Medio terciario** (medios electrónicos): Necesitan el empleo de técnicas (tecnologías) del lado del productor de contenidos y del receptor. Ejemplos: Telegrafía, televisión, discos de música, etc.
- **Medios cuaternarios** (medios digitales): Permiten tanto la comunicación sincrónica como asincrónica (interacción). Necesitan el empleo de técnicas (tecnologías) del lado del productor de contenidos y del receptor. La división de estos últimos (productor y receptor) tiende a desaparecer, así como el tiempo y la distancia. Los medios cuaternarios o medios digitales son parte de los Nuevos Medios de Comunicación.

1.4, 10. TIPOS DE COMUNICACIÓN

En primer lugar, cabe señalar que los medios de comunicación se dividen, de forma general, en tres grandes grupos (según los tipos de medios de comunicación que engloban):

- ❖ **MEDIOS AUXILIARES O COMPLEMENTARIOS:** Éstos afectan a un menor número de personas en un momento dado.¹ También se conocen como medios no medidos.
- ❖ **MEDIOS ALTERNATIVOS:** Son aquellas formas nuevas de promoción de productos, algunas ordinarias y otras muy innovadoras.³ En segundo lugar, cada uno de éstos grupos incluye una diversidad de tipos de medios de comunicación, como se podrá ver en detalle a continuación:
- ❖ **MEDIOS MASIVOS:** Dentro de este grupo se encuentran los siguientes tipos de medios de comunicación:

a) TELEVISIÓN:

La palabra "**televisión**" es un híbrido de la voz griega "Tele" (distancia) y la latina "*Visio*" (visión). El término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación, que busca entretener e informar al televidente con una gran diversidad de programas.

Es un medio audiovisual masivo que permite a los publicistas desplegar toda su creatividad porque pueden combinar imagen, sonido y movimiento. Según Lamb, Hair y Mc Daniel, las emisoras de televisión abarcan la televisión de cadena o red, las estaciones independientes, la televisión por cable y un relativo recién llegado, la televisión satelital de emisión directa.³ Entre sus principales limitaciones se encuentran: Costos absolutos elevados; saturación alta; exposición efímera, menor selectividad de público.³

Ventajas de la televisión.

- Su poder creativo-comunicacional.
- .La posibilidad de una gama infinita de trucos y efectos especiales, permiten realizar cualquier exigencia publicitaria por muy descabellada que ésta sea. Su grado de alcance y de penetración.
- El alto nivel de recordación de los anuncios televisados. En este medio, el nivel o porcentaje de conciencia en torno al mensaje publicitario es bastante elevado.

Desventajas de la televisión

- La televisión enseña un mundo imaginario no real, lleno de fantasías que confunden a los niños pequeños.
- La televisión en exceso **disminuye la capacidad del lenguaje** de los niños mayores, porque para que éste se desarrolle es necesario el entrenamiento que se realiza con la conversación

activa, directa con los demás o mediante la lectura. La televisión no permite preguntar las dudas, solicitar repeticiones de lo escuchado, y con frecuencia el lenguaje es muy rápido y complicado.

- La televisión **contribuye al fracaso escolar**. Se ha encontrado una asociación entre el rendimiento escolar y permanecer más de dos horas diarias viendo la televisión. Siempre es más cómodo y agradable sentarse pasivamente a ver la televisión que estudiar o realizar los deberes escolares. Además, después de ciertos programas los niños están nerviosos y excitados, siendo más difícil lograr la concentración necesaria para estudiar.

b) INTERNET

Internet es una red de redes de computadoras que fue creada para transmitir información científica y militar, pero con el tiempo los educadores comprobaron que podía utilizarse con los alumnos como un instrumento de aprendizaje. El uso de la Internet en las aulas es muy útil porque es una poderosa herramienta que motiva y asombra, permite que los alumnos puedan aprender a su ritmo; nos brinda acceso a base de datos y publicaciones electrónicas; y permite el intercambio de experiencias didácticas, tutorías en línea, trabajo con contenidos interactivos multimedia, correo electrónico, acceso a programas informáticos educativos, etc.

Sin Internet no hay aprendizaje posible hoy, pero debemos abandonar muchos prejuicios para poder usarlo con inteligencia, eso requiere un cambio de actitud ante el conocimiento que ya se encuentra disponible en la red, habrá que saber buscarlo y aprender a interactuar con las personas que producen ese conocimiento. En evaluadores de información y también es fundamental el trabajo en equipo.

Isabel Borrás ha justificado el uso de Internet como herramienta de enseñanza con las teorías de aprendizaje: constructivismo, teoría de la conversación, y teoría del conocimiento situado

Muchas son las ventajas de trabajar con Internet en educación, las que se verán incrementadas en la medida que el profesor planifique estrategias de acción pertinentes a su grupo de aprendices, pues no se debe olvidar que Internet es un medio y no un fin, por lo que los resultados dependen del trabajo pedagógico que se realice utilizando Internet y ello a su vez, dependerá del uso que el facilitador y los aprendices hagan de ella.

Ventajas de Internet.

- Estimula el uso de formas nuevas y distintas de aprender y construir.
 - Cuenta con buenas herramientas de apoyo al trabajo colaborativo, diseño, desarrollo y evaluación de proyectos, investigación, experimentación y trabajo interdisciplinario.
 - Ayuda a aprender de otros y con otros.
 - Facilita el aprender haciendo, construyendo cosas y resolviendo problemas
 - Estimula el desarrollo y uso de destrezas de colaboración, comunicación e interacción.
 - Estimula el desarrollo y uso de destrezas sociales y cognitivas.
 - Estimula el trabajo global y la interdisciplinariedad.
- Desventajas al usar Internet en educación radican esencialmente en: la cantidad y calidad de la información circulante.*
- El tiempo que el profesor y alumno requiere para navegar.
 - La carencia de evaluación de experiencias educativas con el uso de Internet como medio.

c) LA RADIO.

Guillermo Marconi, en el Reino Unido. Quien fue el primero en patentar la radio como tal. Aparte, que no demoró mucho, en comenzar a comercializarla. Claro que en ciertos países europeos, fue rechazada la patente adquirida por Marconi, ya que era conocido que el ruso Popov, había desarrollado anteriormente, un emisor y receptor de ondas radiales

Es casi imposible mencionar, quién realmente inventó la radio, ya que fue un esfuerzo múltiple, aunque no coordinado. Son diversas las personas que ayudaron a que se desarrollara la radio. Uno de los medios de comunicación, más creíbles o confiables, para las personas de la mayoría de los países del globo. Asimismo, la radio continúa siendo una fuente de compañía invaluable, tanto para las personas en su hogar, como en el trabajo.

Ventajas de la radio

- ❖ Su bajo costo. Las emisoras son económicas, rápidas de producir y de contratar. Adicionalmente, es bajo el costo de introducir modificaciones en los anuncios radiales.
- ❖ Excelente poder de cobertura y de penetración, otorgado por su carácter intrusivo; es decir, la posibilidad de estar en todas partes. Llega a personas que no habían pensado en comprar determinado producto o servicio, o cuya probabilidad de verlo en cualquier otro medio era mínima.
- ❖ Su perfil noticioso ha establecido la costumbre del noticiero radial en conductores, amas de casa, etc. Ideal para promociones de ventas locales: apertura de nuevas tiendas, supermercados, ofertas especiales, concursos, etc.

Desventajas de la radio

- ❖ Su fugacidad. No admite información detallada. La posibilidad de conciencia publicitaria en torno al anuncio es muy limitada, lo que obliga a una frecuencia muy alta por parte del anuncio.
- ❖ La infinidad de públicos y de estaciones radiales, AM y FM, hacen que una campaña nacional para un producto de consumo masivo resulte costosísima y compleja de pautar.

d) PERIÓDICOS:

Son medios visuales masivos, ideales para anunciantes locales.

Sus ventajas son:

- ✓ Flexibilidad; actualidad; buena cobertura de mercados locales; aceptabilidad amplia; credibilidad alta. Además, son accesibles a pequeños comerciantes que deseen anunciarse.

Sus desventajas son:

- ✓ Se encuentran: Vida corta; calidad baja de reproducción; pocos lectores del mismo ejemplar físico y no es selectivo. El primer periódico de Lima fue la "**Gaceta de Lima**", que apareció en 1715 publicando mensualmente noticias de Europa y América. En 1790 aparece el primer diario: "Diario Curioso, Erudito, Económico y Comercial", publicado por Jaime Bausate y Mesa; y el 2 de enero de 1791, *el Mercurio Peruano*, órgano bisemanal de la **Sociedad Amantes del País**, que cumpliera un papel decisivo como expresión de la naciente conciencia nacional peruana.

A lo largo de la vida republicana muchos periódicos y revistas se han sucedido aportando su influencia en el desarrollo nacional. Entre los más

importantes podemos mencionar a "*El Comercio*" (1839) y "*La Prensa*" (1903-1984). El diario "*El Comercio*" es el más importante del país.

e) REVISTAS:

Son un medio visual "masivo-selectivo" porque se dirigen a públicos especializados pero de forma masiva, lo que les permite llegar a más clientes potenciales. Según *Laura Fischer* y *Jorge Espejo*, son de lectura confortable además de que permiten la realización de gran variedad de anuncios:

Si las revistas desempeñaron hasta hace poco un papel complementario dentro de los medios de comunicación social que eran seleccionados para una campaña publicitaria, hoy en día, ante la increíble fragmentación del mercado, su papel ha vuelto a ser preponderante: usuarios de la Informática, ecologistas, hombres de finanzas, publicistas y pare de nombrar; público y segmentos de público donde el mensaje publicitario es captado con mayor eficacia y más cómodamente a través de la revista especializada. Esta ha reconquistado su terreno.

Ventajas de las Revistas

Bajo costo de inserción de los avisos en relación a los de la televisión y los diarios.

- f) *Vida prolongada*. Se conservan en el hogar u oficina, incluso como elemento decorativo, y se coleccionan cuando son técnicas o especializadas. Piense en la influencia comunicacional de una revista en un consultorio médico o en un salón de belleza.
- g) La calidad de reproducción permite que el impacto de ciertos anuncios a todo color sea tremendo.
- h) La eficacia de este medio para llegarle a públicos muy bien segmentados: mujeres, ejecutivos, jóvenes, usuarios de un servicio, etc.

Desventajas de las Revistas

- ✓ A diferencia de los diarios, las revistas no permiten cambios rápidos en los anuncios publicitarios o campañas.
- ✓ La edición de éstas se cierra mucho antes de su publicación, lo que obliga a contratar la inserción de avisos con meses de antelación

a) EL CINE

El cine fue inventado por *Conisy Plumier*, en 1895 (Francia), a las primeras versiones de cine "*mudo*", se sumaron en las décadas del 20 y el 30, el cine sonoro, los filmes en color (popularizados después de la Segunda Guerra Mundial), el cinema Acople y otras técnicas; produjeron un gran impacto en la sociedad.

El rol del cine en el negocio publicitario está determinado por su fuerza audiovisual, la cual provoca en el público un impacto comunicacional superior al del medio televisivo. La pantalla gigante, el sonido estereofónico y la oscuridad de la sala, permiten un nivel de abstracción o concentración del público en la pantalla, produciendo un ambiente óptimo para el anuncio publicitario. Sin embargo, se debe admitir que el cine ha perdido posición en el negocio publicitario ante el *reinado* de la televisión, el uso del video en el hogar, la televisión por cable y satélite. Esto ha provocado escepticismo entre anunciantes y publicistas, ante el escaso rendimiento comunicacional-comercial sobre públicos masivos.

Ventajas del Cine

- ✚ Los defensores del cine en el medio publicitario argumentan que este es el medio de comunicación más completo que existe: reúne el sonido de la radio, el color de las revistas e impresos, el texto y la imagen de la prensa y el tamaño gigantesco de las vallas.

- ✚ Debido al ambiente de abstracción propio de una sala de cine y la imposibilidad de desertar durante los comerciales, como sucede con los espectadores del medio televisivo, los cines videntes se interesan más en lo que ocurre en la pantalla y por ende en los comerciales, convirtiéndose así en un público extraordinariamente cautivo.
- ✚ De lo anterior se deriva que los espectadores de este medio recuerdan mucho mejor y captan con más facilidad y precisión los detalles del comercial. Esto ha sido claramente en estudios y muestreos realizados sobre el medio.

Desventajas del Cine

- ✚ En relación a otros medios como la prensa y la televisión, el costo del impacto publicitario es muy alto. Independientemente de que el anunciante pueda usar una simple transparencia para su comercial, la producción filmica es costosa. Esto, aunado a las limitaciones en la capacidad de las salas y la deserción del público en las últimas décadas, han convertido al cine en un medio bastante venido a menos en el negocio publicitario.

g). LA PRENSA

El papel de la prensa como medio publicitario se fundamenta en la gran diversidad de audiencias que proporciona, tanto en términos de tamaño como de características demográficas. Los periódicos nacionales ofrecen grandes tirajes, público masivo y, si hay suficiente competencia, públicos específicos.

Ventajas de la Prensa

- ✚ Bajo costo por millar de lectores alcanzados. Se estima un promedio de cuatro lectores por ejemplar.
- ✚ Permanencia física del mensaje impreso.

- ✦ Oportunidades la comunicación: requiere poco tiempo para la preparación e inserción de los anuncios.
- ✦ Flexibilidad geográfica: alcance local, regional o nacional, según el público o mercado elegido.
- ✦ Permite la presentación detallada del anuncio, facilitando la inclusión de toda la información requerida.

Desventajas de la Prensa

- ✦ En el caso de los periódicos de amplia cobertura geográfica, poca selectividad en relación a los consumidores muy específicos.
- ✦ Limitaciones técnicas: papel de baja calidad, mala reproducción, tintas, etc.

h). HISTORIETA

La historieta, convertida en medio de comunicación de masas gracias a la evolución de la prensa decimonónica, vivió su época dorada en cuanto a número de lectores tras la Segunda Guerra Mundial. Con la proliferación de nuevas formas de ocio en la segunda mitad del siglo XX, va dejando de ser un medio masivo en la mayoría de los países, creándose formatos más caros, tales como álbumes o revistas de lujo, y buscando nuevos tipos de lectores.

i). TELÉFONO

El teléfono fue inventado por *Alexander Graham Bell* en 1876, y la comunicación inalámbrica tiene sus raíces en la invención del radio por Nikolai Tesla en la década de 1880 (formalmente presentado en 1894 por un joven italiano llamado Guglielmo Marconi)..

En la época predecesora a los teléfonos celulares, la gente que realmente necesitaba comunicación móvil tenía que confiar en el uso de radio-teléfonos en sus autos. En el sistema radio-telefónico, existía sólo

una antena central por cada ciudad, y probablemente 25 canales disponibles en la torre.

Esta antena central significaba que el teléfono en el vehículo requeriría una antena poderosa, lo suficientemente poderosa para transmitir a 50 ó 60 kms de distancia. Esto también significaba que no muchas personas podrían usar los radio-teléfonos-- simplemente no existían suficientes canales para conectar.

El Primer Teléfono Celular De La Historia:

Éste es el primer teléfono celular de la historia, el abuelo de los que conocemos en la actualidad. Su nombre es *Motorola DynaTAC 8000X* y apareció por primera vez en el año de 1983.

Era algo pesado, 28 onzas (unos 793 gramos) y medía 13" x 1.75" x 3.5". Obviamente era analógico, y tenía un pequeño display de LEDs. La batería sólo daba para una hora de conversación u 8 horas en stand-by. La calidad de sonido era muy mala, era pesado y poco estético, pero aún así, había personas que pagaban los USD \$3.995 que costaba.

El Celular En La Actualidad:



Es difícil encontrar personas sin un teléfono celular en la actualidad, pero lo cierto es que no todos tienen buenos ojos para este artefacto que ya se ha convertido en parte de la vida de miles de individuos.

En primer lugar podría mencionar que un 85% de la población adulta norteamericana posee un celular (Más de mil personas, bastante a mi

parecer). Por qué? Porque en este mundo moderno y globalizado es importantísimo mantenerse comunicado. Un ejemplo muy claro sería quedarse varado en algún sitio “en medio de la nada”, con un celular (si es que tenemos señal) saldríamos fácilmente del aprieto. Simplemente innegable.

A pesar de esto, no es esa la única función de estos pequeños aparatos. Juegos, mensajes de texto, cámaras fotográficas, conexión a Internet, mp3, entre otras; son tan solo algunas de las tantas características que puede poseer un celular. Y además de esto, la mayoría de las personas encuestadas dijeron que quieren mapas en sus móviles, un dato que me llamo la atención pero no es una mala idea, tendría bastante utilidad.

Y por hablar de algún otro aspecto algo negativo, se podrían mencionar la distracción que produce hablar por celular mientras se conduce, lo que produce varios accidentes o la nueva lucha anti-celular en las escuelas ya que distraen a los alumnos.

j). LA TELEGRAFÍA.

Es el conjunto de sistemas de comunicación a distancia de mensajes gráficos y escritos según un código de transmisión predefinido. Desde este punto de vista, se pueden considerar como sistemas telegráficos las formas de comunicación a distancia empleados desde la prehistoria, como los tambores, las hogueras, las señales luminosas o los códigos navales de banderas.

En 1840 Samuel F.B. Morse patentó su telégrafo eléctrico. En 1886 el primer cable de telégrafo trasatlántico con éxito conectó Europa y América. El Telégrafo creó un cambio muy profundo en las comunicaciones. Antes del telégrafo en el reparto de noticias se empleaban caballos o palomas mensajeras. Con el telégrafo esta atadura se dejó de lado. Es decir que revolucionó las comunicaciones a distancia.

k) La imprenta

Es cualquier medio mecánico de reproducción de textos en serie mediante el empleo de tipos móviles. Es diferente a la xilografía, grabado en madera sobre una sola plancha. Ambos son inventos chinos, aunque estos no llegaron a extraer a la imprenta todo el rendimiento que era capaz de ofrecer. De cualquier modo, y dada la incomunicación existente entre Oriente y Occidente, puede considerarse que su re-inención en el siglo XV es su verdadero punto de partida, ya que será entonces cuando alcance las dimensiones que de ello cabía esperar.

1.4.11. CARACTERÍSTICAS

✓ POSITIVAS.

Las características positivas de los medios de comunicación residen en que posibilitan que amplios contenidos de información lleguen a extendidos lugares del planeta en forma inmediata. Los medios de comunicación, de igual manera, hacen posible que muchas relaciones personales se mantengan unidas o, por lo menos, no desaparezcan por completo. Otro factor positivo se da en el ámbito económico: quien posea el uso de los medios puede generar un determinado tipo de consciencia sobre una especie de producto, es decir, puede generar su propia demanda, ya que los medios muchas veces cumplen la función de formadores de opinión. Entonces, visto desde el ámbito empresarial, es un aspecto ampliamente positivo al hacer posible el marketing y anuncios para el mundo.

✓ NEGATIVAS.

Las características negativas recaen en la manipulación de la información y el uso de la misma para intereses propios de un grupo específico. En muchos casos, tiende a formar estereotipos, seguidos

por muchas personas gracias al alcance que adquiere el mensaje en su difusión.

1.4.12. INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CULTURA POPULAR

El auge inusitado de los medios de comunicación y su consecuente penetración ideológica, han contribuido a fortalecer nuestras costumbres y los principios de moral pública y privada, al tiempo que han presentado el proceso educativo como factor decisivo para la cristalización de una sociedad verdaderamente nacional. La televisión, el cine y la radio deben fortalecer en forma progresiva el amor por la familia, la comunidad, la patria y por aquellos valores que nos identifican.

Los medios de comunicación social difunden las costumbres y tradiciones que se manifiestan en la vistosidad, diversidad y contrastes de su música, danzas y bailes y en la variedad y tradición de su cocina que conjuga los más diversos platos y bebidas de la gastronomía de sus diferentes regiones.

1.4.13 PRINCIPALES REPRESENTANTES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ARISTOTELES

Aristóteles (334-332 A.c.) quien definió científicamente la comunicación, por primera vez, como la “búsqueda de todos los medios posibles de persuasión”. Después de la muerte de Aristóteles, la comunicación fue olvidada como tema de interés científico. El discurrir filosófico se volcó hacia el estudio del alma, pero a partir del siglo XVII hay grandes aportes en la teoría del conocimiento, hasta que en la década de 1.930, en los Estados Unidos, un grupo de científicos sociales se interesaron por los estudios de la comunicación, motivo por el cual se conoce a sus integrantes como los “padres de la comunicación”. Ellos son:

Paul Lazarsfeld, Kurt Lewin, Harold Lasswell y Carl Hovland. Lasswell, concretamente, introduce dos elementos más a los tres mencionados por Aristóteles: el canal en el que se transmiten los mensajes y los efectos que éstos

David K. Balo, en los años 60, efectuar una modificación en el modelo, identificando al codificador y al descifrador independientemente. El codificador que traduce a una clave los propósitos de la fuente y el descifrador que traduce la clave en términos que puedan ser comprendidos por el preceptor. Este concepto es particularmente útil en la información periodística, en cuyo proceso pueden ser diferentes las personas que cumplen las funciones.

- **EDAD ANTIGUA:** toda la información se recibe a través de un filtro, el de la Iglesia católica, que impuso un sistema teocrático. Era necesario hacer un **estudio de los manuscritos**.
- **SIGLO XVI:** se pasó de la escritura manuscrita a la imprenta.
- **SIGLO XVII:** aparecen las primeras formas periódicas y los que serán pronto los medios audiovisuales. Se hace también la primera distinción entre información y comunicación.

Los elementos o factores de la comunicación humana son: fuente, **emisor** o **codificador**, código (reglas del signo, símbolo), mensaje primario (bajo un código), receptor o decodificador, canal, ruido (barreras o interferencias) y la retroalimentación o realimentación (mensaje de retorno o mensaje secundario).

1.- PAÚL LAZARFELD

(Viena, 1901-Nueva York, 1976) Sociólogo estadounidense. En su libro *Las opciones del pueblo* (1948) estudió el comportamiento de los electores durante la campaña electoral de 1940, afirmando que las

características sociales determinan la elección política y negando la omnipotencia de las técnicas de difusión masiva, como la prensa, la radio y la televisión. Son importantes también sus aportaciones a la metodología de las ciencias sociales y sus investigaciones matemáticas, que influyeron de manera decisiva en la evolución de la sociología. Es autor de *El lenguaje de la investigación social* (1955), *Filosofía de las ciencias sociales* (1970), *Las principales tendencias en sociología* (1973)

Plantean la existencia de una disfunción (consecuencia negativa) vinculada a la acción mediática. Con su amplio suministro de informaciones, los medios sólo suscitaban una preocupación superficial por los problemas de la sociedad y esta superficialidad enmascaraba una *apatía masiva*.

La exposición a este flujo de información “podría servir para narcotizar, más que para dinamizar al lector u oyente medio”.

El ciudadano llega a confundir el saber sobre los problemas del día con el hacer algo al respecto. Se pasa de la participación activa al conocimiento pasivo.

La disfunción narcotizante una de las principales teorías del funcionalismo aplicada a la comunicación social.

Para este autor los medios de comunicación resumen dos grandes funciones y una disfunción:

- a).- Función de Conferir Prestigio.
- b).- Función de Reforzar las Normas Sociales.
- c).- Disfunción Narcotizante.

Por otro lado este autor tiene las siguientes apreciaciones a cerca de los medios de comunicación:

- 1.- Los medios de comunicación representan un nuevo tipo de control social.

2.- Los medios de comunicación son los causantes del conformismo de las masas.

3.- Los medios de comunicación deterioran el nivel de la cultura popular.

Por otra parte Lazarsfeld habla sobre los líderes de opinión:

- . Ocupan posiciones en la comunidad consideradas como adecuadas.
- Son personas accesibles y gregarias.
- Tienen contacto con la información proveniente del exterior. Están bajo influencia de los medios apropiados.

2. WILBUR SCHRAMM.

Nació en Marietta, Ohio (Estados Unidos), en el seno de una familia de músicos de origen alemán, que le educó en el Conservatorio de Nueva Inglaterra. Estudió en la Universidad de Harvard y se doctoró en literatura americana en la Universidad de Iowa (1932), centro en el que comenzó como docente en 1934 y llegó a dirigir la Escuela de Periodismo (1943-1947). Director del Instituto de Investigación en Comunicación de la Universidad de Illinois (1947-1995) y decano de los estudios de Comunicación (1950-1955).. Hasta 1973, año en el que es nombrado profesor emérito. Con posterioridad, dirigió el Instituto de Comunicación de la Universidad de Hawái en Honolulu. Junto con Everett Rogers y Daniel Lerner, Schramm es uno de los teóricos norteamericanos que estudiaron el problema de la comunicación.

Define la comunicación un poco más simple, como una **comunicación interpersonal** y menciona tres elementos esenciales que exige todo proceso comunicativo:

- 1.- La Fuente que puede ser una persona o una organización informativa.
- 2.- El Mensaje que puede tomar cualquier señal que pueda interpretarse.
- 3.- El Destino que puede ser cualquier persona que entienda las señales que la fuente emite.

Así mismo **Sharm** maneja un cuarto modelo que dice que si el receptor recibe el mensaje lo descifra y envía otro entonces da por resultado un Proceso Dialéctico. En estos procesos o esquemas **Wilbur Schramm** se refiere a la comunicación humana, ya sea interpersonal o de grupo y en el que aparece un factor muy importante que es la comunicación de retorno, que es la respuesta abierta e inmediata, que no se da en la comunicación de grupo.

En la comunicación de grupo "la fuente principal en la comunicación colectiva es un órgano de comunicación o una persona institucionalizada". La comunicación colectiva se da igual que la comunicación interpersonal la diferencia es el número de individuos y factores que intervienen en ella. Por esto la comunicación en retorno no puede darse, solo se puede dar a través de llamadas telefónicas.

3.- DAVID K. BERLO.

Nace en 1929. Discípulo de Wilbur Schramm estudio en la Escuela de Periodismo de la Universidad de Illinois, donde se doctora en 1956, con la tesis "El proceso de la asignación de responsabilidades como un determinante de la productividad y satisfacción de los grupos", dirigida por Charles E. Osgood.

En 1960 publica su principal obra teórica: *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica*, en la que expone sus modelos sobre la naturaleza psicológica de la comunicación. Traducida al castellano, la editorial Ateneo, Buenos Aires, Argentina, la publica en 1969 y desde entonces ha tenido una amplia difusión a través de una decena de ediciones en castellano.

La comunicación, según el pensamiento de David Berlo, es como un proceso reglado (no como un simple acto) que permite al ser humano negociar su posición en el entorno en el que vive. De este modo, la comunicación es un valor de interlocución, de poder, de influencia, de control.

Desde el punto de vista de sus objetivos, los alcances de la comunicación son, según este autor, de dos tipos:

Primer objetivo: Que satisfaga el hecho mismo de la comunicación.

Segundo objetivo: Más allá de transmitir un mensaje, dar a la comunicación un carácter instrumental y que persiga una respuesta concreta, por ejemplo, cambio de actitud, consumo, voto político, etc.

Según Berlo,

La comunicación debe ser:

- 1.- Sencilla, coherente y dirigida a un solo objetivo.
- 2.- Ese objetivo consiste en provocar una determinada conducta.
- 3.- No se debe divagar o establecer la comunicación ambiguamente
- 4.- Esta comunicación debe hacerse en forma tal que seamos entendidos.

4.- ABRAHAM ANDRÉ MOLES

(París, 1920) Sociólogo francés. Destacan sus aportaciones al estudio de la cultura de masas, especialmente en relación a la estética. Ha publicado, entre otras obras, *Comunicación y lenguajes* (1962), *Socio dinámica de la cultura* (1967), *Arte y ordenador* (1971), *La imagen, comunicación funcional* (1981

1.- Estudia los fenómenos de la comunicación humana, a aportado una **metodología** original

Los elementos del acto de comunicación son:

Un emisor, un receptor, un canal y el mensaje.

Estímulos materiales o fenómenos de la naturaleza física.

Estímulos Sociales.

La comunicación solo puede ocurrir cuando un emisor y el receptor poseen un lenguaje común.

Repertorio y un código.

Para moles la comunicación puede ser de dos maneras:

a.-La Comunicación Interpersonal

b.-La Comunicación por Difusión.

5.- EDGAR MORIN

París, 1921) Sociólogo francés. Ha estudiado la crisis interna del individuo. A través de lo que él llama «investigación multidimensional» - utilizando los recursos de la sociología empírica y de la observación comprensiva-, ha abordado la comprensión del «individuo sociológico». Estudiosos crítico de los *mass-media*, ha analizado los fenómenos de la propagación de opinión. Es autor de *El espíritu de la época* (1962), *Introducción a una política del hombre* (1965), *La Comuna en Francia: la metamorfosis de Plodémet* (1967), *El rumor de Orleans* (1970), *Diario de California* (1971), *El método* (1977), *Qué es el totalitarismo. De la naturaleza de la URSS* (1983), *Tierra-patria* (1993), *Para salir del siglo XX* (1996) y *Amour, poésie, sagesse* (1998). Galardonado con el premio Médicis de comunicación (1992), y la Legión de Honor y el premio Internacional de Cataluña en 1994.

La comunicación no es una cultura verdadera si no un opio para el pueblo.

La emisión del mensaje no depende de una sola persona si no se fabrica colectivamente.

Los medios de comunicación son negocios que buscan ganancias. Vendiendo diversión.

Al público lo que quiera es decir parte de la visión burda que el público hacen los medios.

1.4.14. INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LOS ESTUDIANTES

. Los medios de comunicación, desempeñan un papel central en la vida de los chicos y de los jóvenes.

Los medios de comunicación, y más recientemente las Nuevas Tecnologías, han modificado la manera de construir el saber, el modo de aprender, la forma de conocer.

La relación de los chicos con los medios de comunicación ha sido escasamente explorada en todo el mundo. Menor aún ha sido la preocupación por conocer el vínculo y la apropiación que hacen los chicos de *sectores populares* de los medios.

Los niños de sectores populares no sólo aprenden contenidos y acceden a información. A partir de un programa televisivo incorporan también prácticas sociales que asumen como comportamientos cotidianos en su vida dentro y fuera de la escuela.

La televisión, ciertamente, enseña a los niños acerca de saberes y prácticas habituales esenciales.

Como primera actividad de placer y principal fuente de información, los medios afectan e influyen sobre la manera en que los chicos perciben la realidad e interactúan con el mundo. Las identidades de los jóvenes se trazan en la intersección del texto escrito, la imagen electrónica y la cultura popular. Los centros comerciales, los cafés, la televisión, los recitales de música y las nuevas tecnologías, modifican la percepción que los chicos tienen de la realidad, su actitud ante el conocimiento y el modo en que conciben el mundo.

Pese a la desconfianza y a la distancia que con frecuencia suele expresar la escuela respecto de la cultura popular, y pese a ser éste un

espacio pleno de contradicciones, es también uno de los pocos escenarios que, en su propia percepción, les pertenece y en el cual sienten que se habla de ellos y a ellos. La cultura popular, entendida como aquella que construyen los medios de comunicación, la música, el cine y otras expresiones, es para muchos chicos el lugar desde el cual dan sentido a su propia identidad. Los chicos aprenden en ella a hablar de sí mismos en relación con los otros.

La valoración de los medios de comunicación responde también a las exigencias de la sociedad actual. Mientras los hijos de las clases pudientes entran en interacción con el ecosistema informacional y comunicativo desde su propio hogar, los hijos de las clases populares —cuyas escuelas públicas (espacios decisivos de acceso a las nuevas formas de conocimiento) no tienen en su inmensa mayoría la más mínima interacción con el entorno audiovisual e informático— están quedando excluidos del nuevo campo laboral y profesional que la cultura mediática y tecnológica supone (Martín Barbero y Rey, 1999).

Los medios son siempre educativos, en la medida en que influyen sobre lo que los niños aprenden y sobre la manera en que aprenden. Es decir, sobre sus saberes y sobre su relación con el saber; sobre el proceso donde se mezclan razón y emoción, información y representación.

Los niños aprenden de la televisión, aunque con frecuencia se niegue o ignore este potencial. Desde muy pequeños suelen evocar su experiencia como telespectadores y recurren a conocimientos en buena parte atribuibles a la televisión.

Los medios de comunicación enseñan a los niños «contenidos» (sobre los dinosaurios, sobre la contaminación o sobre un conflicto mundial...) y «comportamientos» de la vida cotidiana.

¿EN QUÉ MEDIDA VEN LOS ALUMNOS A LOS MEDIOS COMO FUENTE DE APRENDIZAJE Y EDUCACIÓN?

Los medios de comunicación, como agentes de formación y socialización fundamentales, ocupan un lugar central en la vida de los niños. En este sentido, el artículo explorará sobre todo el lugar que ocupan los medios en el universo cotidiano de «los niños de sectores populares», de aquellos que viven en el seno de familias desfavorecidas económicamente y cuyo único puente con el mundo es con frecuencia la pantalla chica de un televisor. Explorar el vínculo que esos niños construyen con los medios en general, y con la televisión en particular, nos permitirá entender el potencial educador de la televisión en la sociedad actual.

1.4.15. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL PROCESO DE APRENDIZAJE

El papel que juegan hoy en día los medios de comunicación en los diferentes procesos de aprendizaje es enorme, y su tendencia es claramente ascendente. Tradicionalmente se ha considerado que los medios de comunicación son uno de los agentes de socialización más importantes. Por ello quisiera hacer una reflexión inicial sobre en qué consiste el proceso de socialización, para luego reflexionar sobre el rol que los medios de comunicación tienen en dicho proceso.

A diferencia del resto de animales sociales, la conducta de los hombres no tiene un origen genético, sino que es fruto de un proceso de aprendizaje al que llamamos Socialización. Aristóteles decía que el Hombre es, por naturaleza, un animal social, pero esto no significa que nuestra conducta, en el seno de una sociedad, sea natural, sino que se trata de una conducta aprendida. Los hombres debemos aprender a actuar como

hombres, y a ese proceso de aprendizaje le llamamos socialización. Podemos diferenciar dos tipos de socialización:

- **Socialización Primaria:** consiste en la humanización del individuo, ya que a través de este proceso, aprendemos los elementos básicos de la convivencia con otros seres humanos: hablar, andar, hábitos higiénicos... etc. Suele desarrollarse durante la primera infancia
- **Socialización Secundaria:** consiste en el aprendizaje de los elementos concretos de la sociedad en la que vivimos: las costumbres sociales, la transmisión de conocimientos, los valores morales... etc. Se desarrolla a lo largo de toda la vida.

Tradicionalmente se ha considerado que existen cuatro agentes de socialización:

- **La Familia.**

Tiene un papel fundamental ya que es el primer nivel social al que tenemos acceso. Suele ser el agente socializador de socialización primaria por excelencia (aunque, cada vez más está adquiriendo mayor importancia la escuela, también en el seno de la socialización primaria). Es en su seno en el que aprendemos a hablar, a relacionarnos, a gatear, a andar, adquirimos hábitos higiénicos... Sin embargo, su papel socializador no se agota en la socialización primaria, sino que también interviene en la socialización secundaria, como transmisora de conocimientos o de valores.

- **.La Escuela.**

En la sociedad actual, en la que la mujer se ha incorporado al mercado laboral en un nivel próximo a la igualdad con el hombre, los niños suelen ir a instituciones escolares mucho antes de lo que lo hacían en otras épocas, por lo que la escuela, poco a poco, ha ido adquiriendo un mayor peso en la socialización primaria (sin que la Familia haya perdido su papel principal). No obstante la socialización secundaria es el ámbito principal de actuación de la escuela como transmisora de conocimientos y de valores.

- **Los Medios de Comunicación.**

Los medios de comunicación nos informan de los sucesos, crean opinión, transmiten valores a través de los artículos publicados, la publicidad, los diferentes programas de televisión, nos hacemos idea de lo que la sociedad en su conjunto tiene como valores. Todos tenemos contacto con los medios de comunicación: prensa, radios, televisión, cine, Internet...etc., por lo que todos somos influenciados por ellos.

OBJETIVOS

1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la aplicación de un instrumento de evaluación para medir la importancia de los medios de comunicación en el aprendizaje, en las alumnas del cuarto grado “A” de Educación Primaria de la Institución Educativa N° 18002 Isabel Lynch de Rubio -Chachapoyas-2010?.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICO

- Identificar el porcentaje de personas o de niños que dan el uso adecuado de los medios de comunicación
- Describir la influencia de los medios de comunicación en el rendimiento académico de las niñas del cuarto grado “A” de la Institución Educativa N° 18002 Isabel Lynch de Rubio de Chachapoyas.
- Fundamentar la importancia de los medios de comunicación social en las alumnas del cuarto grado “A” de la Institución Educativa N° 18002 Isabel Lynch de Rubio Chachapoyas – 2010
- Aplicar un test a las alumnas del cuarto grado “A” de la Institución Educativa N° 18002 Isabel Lynch de Rubio Chachapoyas – 2010.
- Verificar los resultados obtenidos después de la aplicación del test.

1.6.LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

En la información se contó con escasa información bibliográfica acerca de la importancia de los medios de comunicación en el rendimiento escolar por lo cual se trató de adecuar la información acorde a la realidad educativa.

Los instrumentos de investigación no se sometieron al proceso de validación confiabilidad y objetividad.

. .II. MATERIAL DE ESTUDIO

2.1 POBLACIÓN Y MUESTRA

2.1.1 POBLACIÓN

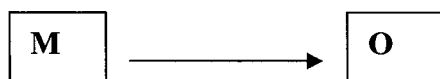
La población estuvo conformada por 23 alumnas del cuarto grado "A" de la Institución Educativa N° 18002 Isabel Lynch de Rubio-Chachapoyas- 2010.

2.1.2 MUESTRA

La muestra está constituida por 100% de la población, es decir por las 23 alumnas del cuarto grado "A" de la Institución Educativa, N° 18002 "Isabel Lynch de Rubio"-Chachapoyas – 2010.

3.2 DISEÑO DE INVESTIGACION

Se utilizará el “diseño descriptivo simple”, cuyo esquema se representa de la siguiente manera:



Donde:

M: muestra que está constituida con 23 alumnas del cuarto grado “A” de la Institución Educativa N° 18002 “Isabel Lynch de Rubio” Chachapoyas- 2010.

O: Desarrollo de un Test: Importancia de los medios de comunicación.

2.2.1. MÉTODOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

Tratándose de una investigación en el contexto del problema generalmente será utilizado el método *analítico- sintético*.

2.2.2 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Este proceso de recolección de datos se realizó mediante:

- *Entrevista:* aplicación del test a las alumnas del cuarto grado ”A” de la Institución Educativa N° 18002 “Isabel Lynch de Rubio” – Chachapoyas-2010.
- *fichas bibliograficas especializadas.*
- *citas bibliograficas.*

2.2.3. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

El instrumento que se utilizó para la recolección de datos fueron:

- Guía de observación.
- Test: Conjunto de pruebas y de técnicas que se aplican a un grupo de personas dentro de una investigación para conocer datos concretos.

Ander-Egg E., “Técnicas de investigación social”, Hvmánitas, Buenos Aires, 1987, 21 edición, pág. 293-294. “El término ‘test’ se designan las técnicas de investigación, análisis y estudio que permiten apreciar una característica psicológica o el conjunto de la personalidad de un individuo. Tales técnicas pretenden organizar los datos extraídos de la investigación de la conducta sin intención de explicar causas o consecuencias, sino mas bien limitándose a describir el comportamiento en la dimensión que persigue en sus objetivos (por ejemplo inteligencia, aptitudes, personalidad, etc.), conforme a un encuadre situacional y genético.

Sarton Alain, “Los test en la psicología moderna”, Mensajero, Bilbao, 1978. Un test “es una prueba que permite, partiendo de un comportamiento observado en un individuo, la determinación de comportamientos habituales o futuros significativos”.

2.2.4 PROCEDIMIENTOS Y PRESENTACIÓN DE DATOS

2.2.5 PROCEDIMIENTOS.

Para el desarrollo de la presente investigación ha radicado en el suministro de instrumentos de investigación que determina la importancia de los medios de comunicación en las alumnas del cuarto grado “A” de la Institución Educativa N° 18002 “Isabel Lynch de Rubio” Chachapoyas- 2010.

- ❖ Elaboración del Test para la recolección y obtención de datos para luego ser contrastados y analizados después de presentar los resultados.

- ❖ Así mismo se organizó, presentó y procesó los datos. Finalmente se analizó e interpretó la información obtenida.

2.2.6. PRESENTACIÓN DE DATOS

Los datos obtenidos de la presente investigación se presentan en cuadros y gráficos para su mayor entendimiento, los cuales se presentan a continuación.

2.2.7. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Para el análisis de los datos se tuvo en cuenta el diseño de investigación, es decir se analizó e interpretó los resultados obtenidos de la aplicación del test.

RESULTADOS

II. RESULTADOS

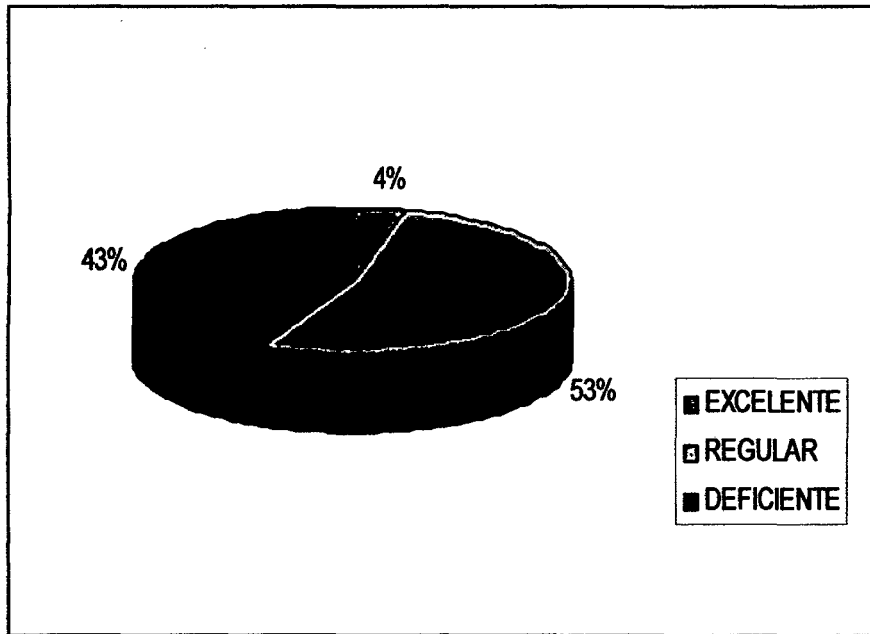
Los datos recolectados después de aplicar el instrumento (test) fueron tabulados y presentados en tablas de distribución de frecuencias con su respectivo gráfico.

TABLA N°: 01 APLICACIÓN DE UN INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN PARA MEDIR LA IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL APRENDIZAJE DE LAS ALUMNAS DEL CUARTO GRADO, SECCIÓN "A" DE EDUCACIÓN PRIMARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA N° 18002 ISABEL LYNCH DE RUBIO -CHACHAPOYAS- 2010.

TEST" PARA MEDIR LA IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL APRENDIZAJE".		
NIVEL DE CONOCIMIENTO	Fi	PORCENTEJE
EXCELENTE	1	4%
REGULAR	13	53%
DEFICIENTE	10	43%
TOTAL	23	100%

FUENTE: Aplicación del test

GRAFICO N° 01 APLICACIÓN DE UN INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN PARA MEDIR LA IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL APRENDIZAJE DE LAS ALUMNAS DEL CUARTO GRADO, SECCIÓN "A" DE EDUCACIÓN PRIMARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA N° 18002 ISABEL LYNCH DE RUBIO CHACHAPOYAS-2010.



FUENTE: Tabla N° 01

EN EL GRAFICO N° 01: Se observa que el 4% de las alumnas tienen un nivel excelente y el 53% tiene un nivel regular como predominante, un 43% en el deficiente, se puede ver que las alumnas tienen desconocimiento de la importancia de los medios de comunicación

IV.- DISCUSION DE RESULTADOS

Con referencia a las perspectivas de los autores citados y de acuerdo a los resultados obtenidos mediante la técnica del test que se aplicó a las alumnas del cuarto grado “A” de la Institución Educativa N° 18002 “Isabel Lynch de Rubio”-Chachapoyas-2010.

Al realizar un estudio minucioso se puede constatar: que las alumnas no tienen conocimiento de la importancia de los medios de comunicación y de la manera como esta influye en su aprendizaje pero al mismo tiempo están interesadas a conocer más del tema, en concordancia con **José Vicente Mestre Chust**, quien manifiesta: El papel que juegan hoy en día los medios de comunicación en los diferentes procesos de aprendizaje

Así mismo concordando con el **autor, CAFEIRO, 1997:150** Quien afirma que los medios de comunicación que tienen mayor influencia en la actualidad y sobre todo en la educación son la Televisión y el Internet. La televisión, por ser el medio de entretenimiento más difundido, juega un papel muy importante en la formación de la conciencia, tanto individual como colectiva

Cabe mencionar a **(BUCKINGHAM, 2004:20)** El nos dice que los medios de comunicación en la actualidad, lleva necesariamente a hablar de educación, pues en la sociedad moderna los medios de comunicación ejercen gran influencia ya que ofrecen a niños y jóvenes una educación informal que en ocasiones consideran más llamativa e interesante que la obtenida en la escuela.

. Concordamos con el autor **Kurt Lewin** El Define el proceso de la comunicación, como un complejo sistema de acciones e interacciones personales y grupales, donde un individuo transmite un mensaje a otro y éste a su vez responde a otro mensaje, lo que genera un proceso circular continuo.

También con **(ARÁNEGA, 2001: 22)** En cuanto a Internet en poco más de diez años, se ha convertido en parte de la vida de millones de personas alrededor de la tierra y está cambiando el sentido de muchas de sus actividades, la concepción del tiempo y la dimensión del espacio. A esta red de redes se han unido instituciones educativas, militares, etc.

CONCLUSIONS

V. CONCLUSIONES

Después de realizar un análisis de la importancia de la comunicación en la educación y sus implicancias en el proceso de la enseñanza - aprendizaje y la formación de la personalidad de estudiante concluyo de la siguiente manera.

- ❖ El diseño de un test constituye en un aporte práctico y útil para que la docencia oriente el proceso de enseñar a utilizar los medios de comunicación desde las aulas y fuera de ellas.
- ❖ El conocimiento de la influencia de los medios de comunicación en el rendimiento académico de las niñas, es muy importante para el manejo adecuado de los medios de comunicación.
- ❖ La comunicación educativa permite una interrelación entre los docentes, los estudiantes y la comunidad, estableciendo un ambiente favorable de acuerdo a sus costumbres, que permitan el desarrollo de la personalidad de los individuos que participan.
- ❖ Los medios de comunicación contribuyen en gran parte a fijar las maneras de pensamiento de la sociedad; determinan en gran medida ideas, hábitos y costumbres. Hoy resulta inconcebible un mundo sin televisión, Internet, TV Cable, radio, prensa y cine.
- ❖ En años pasados la comunicación masiva pesaba menos en tanto reinaba la comunicación interpersonal con sus familiares, el mercado del barrio, los juegos de salón, los clubes sociales y los comités políticos, centros de una relación humana, íntima, entrañable, que hoy se evoca con nostalgia, tal vez, como parte de un pasado casi totalmente perdido.
- ❖ Se está ante un cambio perceptivo que es histórico, pero que deberá venir acompañado de una actitud y comprensión diferentes por parte de quienes se ocupan de la educación.
- ❖ El reto fundamental que tienen los docentes en este nuevo escenario es desarrollar nuevas competencias profesionales que les ayuden a utilizar la nueva tecnología como herramienta valiosa que apoye efectivamente el proceso enseñanza-aprendizaje.

RECOMMENDATIONS

VI. RECOMENDACIONES

- ❖ Que los alumnos deben tener una buena orientación en el uso adecuado de los medios de comunicación social el cual ejercen especial influencia en los alumnos y alumnas que fijan su atención en modelos foráneos, lejos de su realidad y, a menudo, les inculcan ciertos comportamientos inadecuados.
- ❖ Realizar más trabajos de investigación sobre la importancia de los medios de comunicación a nivel Nacional, regional y local.
- ❖ Finalmente se recomienda que cuando se tenga que modificar el reglamento de grados y títulos sugerir que para esta modalidad de titulación se asigne un asesor que permita acelerar y absolver las dudas existentes durante la realización del trabajo.
- ❖ Sugerir a las autoridades Universitarias que Implementen charlas educativas del manejo adecuado del manejo de los medios de comunicación en las Instituciones Educativas y en la Población

BIBLIOGRAFÍA

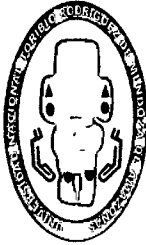
- BUCKINGHAM, David. 2004. **Educación en Medios, Alfabetización, Aprendizaje y Cultura Contemporánea.** Editorial Paidós, España. Pág.: 331
- CAFEIRO, (1997), **Influencia de los medios de comunicación.** Pág.: 150
- CARPIZO, (1999): Los medios de comunicación. Edit Navarrete, Pág. 78
- FERNANDEZ GONZÁLEZ (1995) La enseñanza y el aprendizaje son dos unidades juntas. .Pág.20
- MESTRE, JOSÉ VICENTE. Educación en Derechos Humanos, en *Padres y Maestros*, N° 295, Octubre (2005)**Medios masivos de comunicación y su influencia en la educación**
- NERVI CHACON R, J, (2008), **Infancia y medios de comunicación, Manuscrito en preposición.**
- POHULANIK, Abel, (2003), Guía interactiva del estudiante. **Literatura y Gramática** Española. REZZA Editores, Bogota – Colombia.
- SCHILLER, H.I, (1976), **Communication and cultural Domination**, Nueva York.
- SMITH, Alfred G, (1972), **Comunicación y cultural**, Eds Nueva Visión Buenos Aires.

PÁGINAS WEB.

- ✚ <http://www.monografias.com/trabajos13/losmedi/losmedi.shtml>.
- ✚ <http://www.svnp.es/Documen/comunica.htm>.
- ✚ <http://www.google.com.pe/search?hl=es&q=medios+de+comunicacion>.
- ✚ <http://www.google.com.pe/search?hl=es&q=imprtancia+de+los+medios+de+comunicacion&btn>.
- ✚ <http://www.google.com.pe/search?hl=es&q=elementos+de+los+medios+de+comunicacion&btn>.
- ✚ <http://www.google.com.pe/search?hl=es&q=caracteristicas+de+los+medios+de+comunicacion>.
- ✚ <http://www.google.com.pe/search?hl=es&q=representantes++de+los+medios+de+comunicacion>.

ANENOS

ANEXO Nº 01: TEST DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL



**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ
DE MENDOZA AMAZONAS**

CARRERA PROFESIONAL EDUCACIÓN PRIMARIA



TEST DE IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

INSTRUCCIONES: A continuación le presentamos preguntas sobre la importancia y uso de los medios de comunicación, por lo que se le pide mucha sinceridad en sus respuestas, puesto que la información servirá para dar validez y confianza a la investigación que estoy realizando.

Nº Orden	ITEMS	SI	NO
01	¿Los medios de comunicación social te ayudan en tu proceso de aprendizaje?		
02	¿Los medios de comunicación han modificado tu modo de aprender?		
03	¿La televisión influye en tu manera de percibir la realidad?		
04	¿Tú crees que los medios de comunicación nos informan de los sucesos, crean opinión, transmiten valores?		
05	¿Crees que los medios de comunicación influyen negativamente en la conducta de las personas?		
06	¿Sabes cuales son las desventajas de los medios de comunicación social?		
07	¿La comunicación con tus padres es constante?		
08	¿Te gustaría conocer los medios de comunicación utilizado anteriormente?		
09	¿Estarías dispuesto utilizar de manera racional los medios de comunicación?		
10	¿Consideras la radio, televisor e Internet como un medio educativo?		

CODIFICACIÓN Y TABULACIÓN DE DATOS

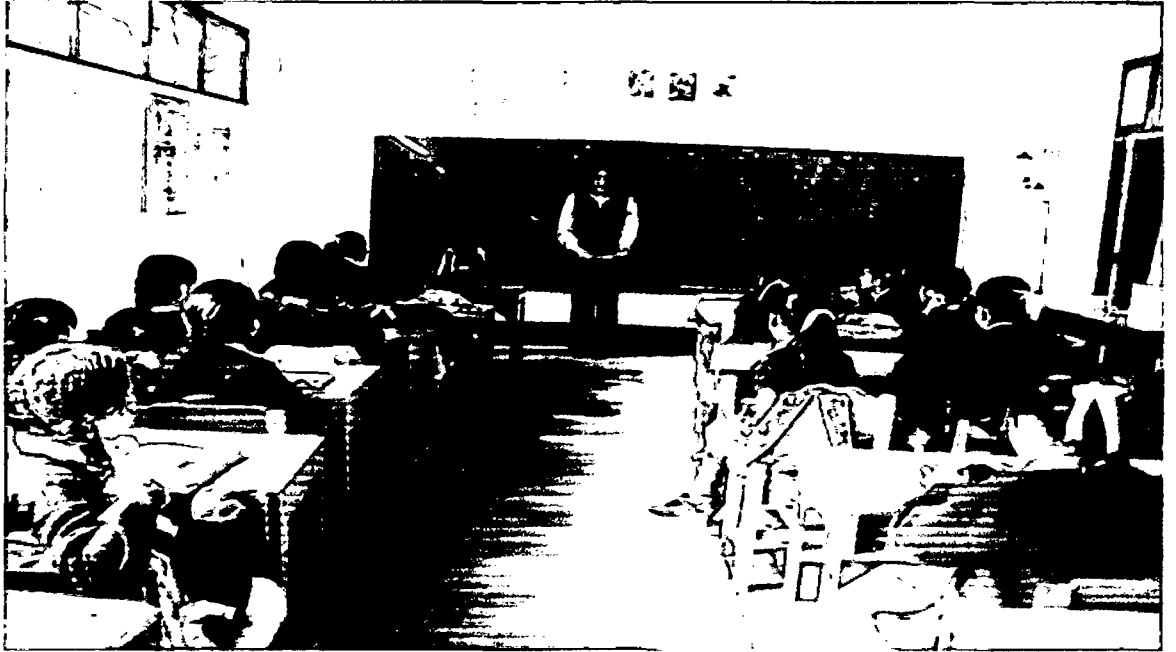
Nº DE ORDEN	ITEMS										PUNTAJE	NIVEL DE CONOCIMIENTO
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
01	0	2	0	2	2	0	2	2	0	0	10	DEFICIENTE
02	0	2	2	0	0	2	0	2	2	2	12	REGULAR
03	0	0	2	0	2	2	0	0	2	0	08	DEFICIENTE
04	0	0	2	0	0	0	2	2	2	2	10	DEFICIENTE
05	2	2	2	0	0	2	2	2	2	2	16	EXCELENTE
06	0	0	2	2	0	0	2	2	2	0	10	DEFICIENTE
07	2	0	2	2	0	0	0	2	2	2	12	REGULAR
08	0	0	2	2	2	2	2	2	2	0	14	REGULAR
09	0	0	2	2	0	2	2	0	0	0	08	DEFICIENTE
10	0	0	2	0	2	2	2	0	0	2	10	DEFICIENTE
11	2	2	0	0	2	2	2	2	2	0	14	REGULAR
12	0	2	0	2	2	0	2	2	2	0	12	REGULAR
13	0	0	0	2	2	2	2	2	2	2	14	REGULAR
14	0	2	2	0	2	2	0	0	2	0	10	DEFICIENTE
15	0	0	2	2	2	2	0	2	2	0	12	REGULAR
16	0	0	2	0	2	2	2	0	2	2	12	REGULAR
17	0	0	2	2	0	2	2	2	2	0	12	REGULAR
18	2	0	0	2	2	0	0	2	2	2	12	REGULAR
19	0	0	2	0	2	2	2	0	0	0	08	DEFICIENTE
20	0	0	2	2	0	2	2	0	2	2	12	REGULAR
21	0	0	2	2	0	2	0	2	2	0	10	DEFICIENTE
22	0	0	0	2	2	2	2	2	2	0	12	REGULAR
23	0	2	0	0	0	2	2	0	0	2	08	DEFICIENTE

LEYENDA

ESACALA DE MENSURACIÓN	
NIVEL DE CONOCIMIENTO	PUNTAJE
EXCELENTE	15 - 20
REGULAR	11-14
DEFICIENTE	0 -10

ANEXO Nº 02: RESULTADO DEL TEST APLICADO

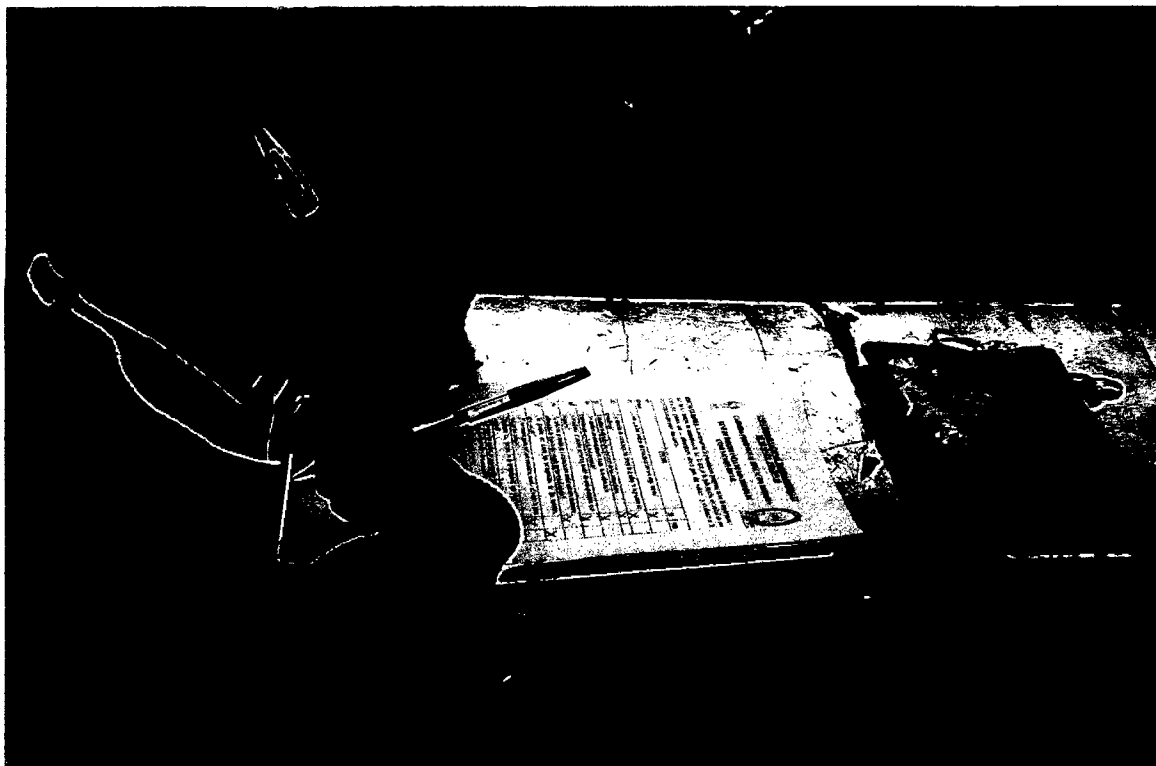
ANEXO N° 03 ICONOGRAFÍA



SALUDANDO A LAS ALUMNAS EN EL MOMENTO DE INGRESO AL AULA



REPARTIENDO EL TEST A LAS ALUMNAS DEL CUARO GRADO "A"



ALUMNA PENSANDO PARA RESOLVER LAS PREGUNTAS DEL TEST.



ALUMNAS RESOLVIENDO LAS PREGUNTAS DEL TEST.