

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL
DE HUAMANGA**

ESCUELA DE POST GRADO

**SECCIÓN DE POST GRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA EDUCACIÓN**

MAESTRÍA EN DOCENCIA UNIVERSITARIA



**EL CONSUMO DE TELEVISIÓN Y EL DESEMPEÑO
ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA DE
FORMACIÓN PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE "SAN
CRISTÓBAL DE HUAMANGA" – AYACUCHO, 2010,**

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

MAESTRA EN:

DOCENCIA UNIVERSITARIA

PRESENTADO POR:

Bach. GIULIANA PANTOJA CHIHUÁN

AYACUCHO – PERÚ

2013

A mis padres Rodrigo y Juana quienes con esfuerzo y sacrificio moldearon mi formación académica y personal.

A mi esposo Milton y a mis hijos Rodrigo, Luana y Mía por su apoyo y comprensión durante el tiempo que duró la elaboración del presente estudio.

GIULIANA

AGRADECIMIENTO

A la Sección de Post Grado de la Facultad de Ciencias de la Educación por haberme permitido en su recinto académico perfeccionar mi formación académica.

Al Dr. Ranulfo Caveró Carrasco, mi asesor, por su grandiosa contribución académica en la elaboración del presente trabajo de investigación.

A los profesionales de la Facultad de Ciencias de la Educación, que de manera desinteresada coadyuvaron en la sistematización del informe final.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
INTRODUCCIÓN.....	viii

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.2. TEORÍAS O ENFOQUES.....	6
1.2.1. LA TELEVISIÓN.....	6
a. Concepto de televisión.....	6
b. Características de la televisión.....	6
c. Ventajas de la televisión.....	7
d. Objetivo de la televisión.....	8

e. Tenacidad televisiva.....	9
f. Institucionalidad televisiva.....	10
g. Televidencias y mediaciones.....	10
h. Roles de género y televisión.....	11
i. Educación y televisión.....	12
j. Televisión y valores.....	13
k. Violencia televisiva y comportamiento agresivo....	14
l. Efectos de la televisión.....	16
m. Televisión y alienación cultural.....	18
1.2.2. DESEMPEÑO ACADÉMICO.....	19
a. Concepto de desempeño académico.....	19
b. Características del desempeño académico.....	20
c. Factores que determinan el desempeño académico.	22
d. Importancia del desempeño académico.....	24
1.3. SISTEMA CONCEPTUAL.....	25

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. TIPO DE ESTUDIO.....	28
2.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	29
2.3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	29
2.4. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	30
2.5. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	31
2.6. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	32
2.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	33

2.8. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTOS.....	35
2.9. PROCEDIMIENTO Y PROCESAMIENTO DE DATOS.....	37

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. RESULTADOS.....	40
3.2. DISCUSIÓN.....	56
CONCLUSIONES.....	60
SUGERENCIAS.....	62
BIBLIOGRAFÍA.....	63
ANEXOS.....	66

RESUMEN

El estudio tuvo como objetivo comprender la manera como el consumo de televisión influye en el desempeño académico de los estudiantes de la E.F.P. de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional de "San Cristóbal de Huamanga" - Ayacucho, 2010. El estudio se enmarcó en el enfoque mixto, teniendo como base de investigación el: tipo descriptivo y explicativo, nivel descriptivo, método inductivo - deductivo y estadístico, diseño transeccional descriptivo; la muestra lo conformaron 183 estudiantes, serie 100 y 200 de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación; la información se obtuvo a través de un cuestionario; en el análisis de los datos se empleó la prueba no paramétrica Chi Cuadrado ($P < 0.05$) y puntuación Z, lo que permitió determinar los resultados, para luego organizarlo en tablas y gráficos, con un análisis cuantitativo. En consecuencia, se consigna que el excesivo consumo de televisión influye en el desempeño académico de los estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación.

Palabras claves:

Consumo, televisión, desempeño, académico.

ABSTRACT

The study aimed to understand how TV consumption affects the academic performance of students in VET of Communication Sciences at the National University of "San Cristobal de Huamanga" - Ayacucho, 2010. The study was part of the mixed approach, based on the research: descriptive and explanatory, descriptive level, inductive - deductive and statistical transactional descriptive design, the sample was made up of 183 students, 100 and 200 series of the School of Vocational Training Communication Science, information is obtained through a questionnaire to analyze the data we used the nonparametric chi-square test ($P < 0.05$) and Z score, which allowed us to determine the results, and then organize it into charts and graphs, with quantitative analysis. Consequently, it is stated that the excessive consumption of television influences the academic performance of students in the Vocational School of Communication Sciences.

Keywords:

Consumption, TV, performance, academic.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día vivimos momentos de innovación tecnológica donde es urgente, por necesidad cultural, acceder a la modernidad; pero es muy preocupante, decir a menudo que estamos incorporándonos a ella conjugando imágenes electrónicas con analfabetismo, con una educación de baja calidad y con una intensa internalización del mundo simbólico de masas humanas. En síntesis, estamos así incorporándonos, con atraso y desventaja, a este proceso de la globalización cultural.

Es ampliamente conocido que el papel de los medios de comunicación, como agentes de socialización en nuestro medio social, junto a otros elementos culturales como son la familia, la escuela, los grupos de amigos, o la misma iglesia, transmiten los patrones culturales y las pautas de comportamientos que posibilitarán al individuo convivir con los otros. Pero la televisión, como medio de comunicación es un agente formador que ingresa

en los hogares, invocando las emociones, utilizando un lenguaje accesible y asumiendo el maquillaje del espectáculo. Su comprensión no requiere de talentos, destrezas ni habilidades especiales. Ni siquiera exige esfuerzo o concentración. Y logra eludir el control de los padres de familia.

“La televisión, como medio de comunicación en todo el mundo, ha hecho que las personas se cautiven por esta magia y le brinden mayor tiempo a mirar este aparato entre 8 horas a más. Los estudiantes del nivel básico y superior universitario son los que también consumen más horas de televisión; esto se deduce porque uno de cuatro jóvenes tienen acceso exclusivo a la televisión y cuatro de cada diez a la radio por lo que existen más posibilidades de consumo sin restricción.” (Julio Cerezo, 1990).

La televisión nacional difundiendo noticias sensacionalistas, eventos deportivos, propaganda comercial consumista, mensajes religiosos discriminatorios, programas políticos denigrantes, telenovelas, películas pornográficas, improvisados talk-show, músicas y bailes alienantes, viene rompiendo con todo los patrones valorativos de la familia y la sociedad. La televisión local, que es la más observada en la región, es la que emite y difunde programas de contenidos ficticios y sin un marco educativo, generando en los televidentes violencia, alienación cultural, autoestima baja y bajo desempeño académico.

Actualmente, la televisión, en la ciudad de Ayacucho, es parte integrante de la vida cotidiana de la mayoría de los pobladores (niños jóvenes y adultos).

Y ello, debido a que sus estímulos audiovisuales, diseñados con mucha imaginación y magia extranjerizante, penetran culturalmente en todos los hogares, difundiendo y emitiendo una ideología de carácter consumista y sumamente alienante. Entonces, considerándolo como tal, está muy en claro que este medio de comunicación social es la que, aplicando novísimas técnicas avanzadas en la imagen, sonido y color, permiten introducirse fácilmente en las mentes de los televidentes y en especial en la de los estudiantes universitarios de la región Ayacucho.

En el plano personal, los programas emitidos y difundidos por la televisión nacional y local vienen cambiando el comportamiento de algunos estudiantes de pre-grado, volviéndolos cada vez más agresivos, insensibles, indisciplinados, facilistas, conformistas, consumistas y con poca motivación para buscar el bienestar social de su comunidad. Así como en el plano educativo, los programas televisivos, fuera de ofrecer cultura valorativa y científica, se orientan a romper bruscamente con estos elementos axiológicos, haciendo que los estudiantes se alienen culturalmente y enfrenten, con cierta desventaja, a toda las actividades valorativas de la Universidad, en donde ya no es extraño observar que los estudiantes universitarios más conocen de series televisivas que de su propia actividad académica, prueba de ello, el alto índice de desaprobados en las diferentes asignaturas, producto de su bajo desempeño académico.

En consecuencia, el estudiante de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Cristóbal de

Huamanga, ve la televisión porque le es impuesta por el medio y el ambiente del hogar; ellos por lo general dejan de lado sus quehaceres académicos y otras actividades personales para ligarse a este medio audiovisual y pasar muchas horas viendo novelas, películas, deporte, etc. La tenencia de un televisor o el acceso fácil y personalizado sin tener que pasar por la negociación, la censura, el reparto de horarios, o el consumo involuntario, es la condición base para una relación más cercana con la televisión. De ahí, la continua preocupación de que muchos estudiantes, que ven excesivamente programas televisivos, expresen un bajo desempeño académico.

En base a lo señalado, la presente investigación se centró en el siguiente objetivo general:

- Comprender la manera como el consumo de televisión influye en el desempeño académico de los estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional de "San Cristóbal de Huamanga" - Ayacucho, 2010.

Planteando la siguiente hipótesis Central:

- El excesivo consumo de televisión influye negativamente en el desempeño académico de los estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional de "San Cristóbal de Huamanga", Ayacucho, 2010.

El informe final del trabajo se estructuró de la siguiente manera: El Capítulo I. Teoriza, de manera puntual, la fundamentación teórica, detallando los

antecedentes, la base teórica y la definición de términos básicos. El Capítulo II. Fundamenta, de forma categórica, la metodología de la investigación mixta. El Capítulo III. Presenta, de manera sistemática, los resultados y la discusión. Asimismo, se categorizan las conclusiones y sugerencias.

La dificultad que se tuvo que superar para lograr culminar con el presente estudio, fue la falta de textos bibliográficos actualizados sobre la variable desempeño académico.

Finalmente, un reconocimiento especial a los profesionales de la "Organización para el Desarrollo Social y Ambiental (ODESCA), quienes contribuyeron en la sistematización del presente estudio.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

a. En el contexto internacional

En el Boletín Informativo *“Televisión: Espectáculo y Educación”* de la UNESCO - EE.UU. (2010), se percibe que “América Latina muestra un aumento de la oferta de canales de televisión disponibles y también un aumento de televisores en los hogares. Por ejemplo en Chile, entre 1970 y 1990, la disponibilidad de televisores por cada mil habitantes aumentó de cincuenta y tres a doscientos cinco”.

El estudio de la UNESCO corrobora la versión de que cuando mayores son las novedades que se programan en la televisión mayor es la compra de televisores. Los estudiantes universitarios, en

su mayoría, tienen un televisor como mínimo en casa; la televisión, a través de su magia y colorido, constituye el eficaz medio de diversión que copa mayor parte del tiempo de los televidentes.

John Nelson (2006), en su tesis doctoral *“La Televisión y sus efectos en la Educación Universitaria” (España)*, señala que “los estudiantes universitarios, por lo general, pasan semanalmente veintiséis horas y veinte minutos, promedio, viendo programas de televisión y dejando de lado sus quehaceres educacionales”. Por su parte Fabiola Rice (2008), en su tesis de pregrado *“La Televisión Nacional y su incidencia en los estudiantes de Veracruz” (México)*, señala que “los estudiantes de pre-grado, en su mayoría, pasan más tiempo viendo programas de la televisión nacional que realizando cualquier otra actividad que sea provechosa, excepto dormir o descansar”.

Las opiniones de Nelson y Rice permiten comprender las diversas acepciones de que muchos estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional de “San Cristóbal de Huamanga” de Ayacucho, pasan muchas horas viendo programas televisivos, en vez de dedicar esas horas a estudiar.

Susana Almarcha (2000), en su tesis doctoral *“La Televisión en la Zona Urbana de España” (España)*, define que “La televisión nacional al mostrar a diario estos simbolismos ficticios e informales, viene modificando en los estudiantes la naturaleza de su vida

personal y educativa. Asimismo, con su patrón comunicativo e ideal llevan a los hogares ideas, mociones y percepciones, las cuales, con frecuencia, riñen con los principios y valores paternos”.

El criterio de Almarcha concuerda con la hipótesis del presente estudio, dado que el consumo excesivo o descontrolado de televisión ocasiona un bajo rendimiento académico, en los estudiantes universitarios.

b. En el contexto nacional

Jorge Ferres (2004), en el artículo “*Efectos Negativos de la Televisión*” de la Revista Pedagogía (Junín), afirma que “Psicólogos y pedagogos han compuesto un cuadro clínico con las consecuencias negativas que afectan al... teleadicto: dificultad de concentración, aburrimiento, irritación frecuente, fatiga, tensión nerviosa, comportamiento agresivo, pesadillas, obsesión consumista, impaciencia, trastornos oculares, trastorno del sueño. Hábitos de consumo negativos... como en la droga, una dosis excesiva provoca estados cuasi-hipnóticos y genera pasividad y dependencia, además de debilitar el esfuerzo personal”.

La versión de Ferres concuerda con los parámetros del sector educativo, toda vez que un estudiante se habitúa a ver programas televisivos llega fácilmente a tener fatigas mentales, dificultades en su concentración y por ello presentan un bajo rendimiento

académico lo cual se expresa en la desaprobación de las diferentes áreas académicas.

María García (2000), en su tesis de maestría titulada *“Valores Prosociales de la Programación Televisiva y recepción Activa en alumnos de la Escuela A.P. de Educación de la Universidad Mayor de San Marcos” (Lima)*, arribó a las siguientes conclusiones: “El tiempo libre dedicado a los medios de comunicación es significativamente alto en detrimento del deporte, la lectura de los libros, las relaciones amicales y otros. El visionado de televisión es una actividad básicamente familiar y grupal, que influye en las rutinas relacionadas a estudiar, conversar, comer y otras. La televisión ejerce una poderosa atracción al punto de desear ver televisión en lugar de cumplir los deberes inherentes a la universidad, el hogar, el trabajo. En muchos casos se deja efectivamente de cumplir los deberes por ver la televisión”

La acepción de García consolida los resultados de aquellos estudios que determinan el poder persuasivo y brutal que tiene la televisión en la vida social de los espectadores.

Celina Pedroza y Luci Juscamaita (1998), en el estudio titulado *“Influencia de la televisión en el rendimiento escolar de los PAGPA” (Ayacucho)*, llegó a las siguientes conclusiones: “La programación televisiva tiene aspectos positivos y negativos; es menester que

padres y profesores conozcan, seleccionen y regulen lo que deben esperar los estudiantes, teniendo en cuenta la particularidad de cada quién. Educativamente por el hecho que la televisión quita tiempo, ha descendido clamorosamente el hábito de la lectura, hecho que, según los especialistas constituye un retroceso mental. Quien no lee ni escribe bien, piensa menos”.

La versión de Pedroza enmarca una realidad, que si las personas adultas no limitamos en los estudiantes programas que disminuyen su cognición seremos cómplices de su fracaso académico.

Gualberto Cabanillas (1985), en su ponencia presentado en Lima, fundamenta que “Los diversos mensajes o contenidos de los referidos programas de televisión (entretenimiento y publicidad comercial) generan una serie de consecuencias nefastas para las personas que las ven consecutivamente y, específicamente refuerzan y desarrollan en ellos su conducta alienada, que se cristaliza en la adopción de ideas superficiales, valores mixtificados y tendencias imitativas dialectalmente relacionadas”.

La opinión de Cabanillas, reafirma la versión de muchos autores al determinar que los contenidos programáticos que se emiten y difunden en la televisión, hora tras horas y día tras día, tienen un carácter consumista y ficticio que modifican las conductas y actitudes de los estudiantes.

1.2. TEORÍAS O ENFOQUES

1.2.1. LA TELEVISIÓN

a. Concepto de televisión

Medio de comunicación social que, con sus novísimas técnicas en la imagen, sonido y color logran difundir mensajes positivos o negativos en forma simultánea y masiva que se graban en la mente de los hombres que las observan. Por este medio audiovisual se transmiten noticias, eventos deportivos, propaganda comercial, mensajes políticos o religiosos, telenovelas, películas, dibujos animados, programas cómicos, concursos, baile, canto, juegos y otros programas.

Para Wálter Meza (2008), “la televisión es un conductor de imagen y sonido al espectro o bandas de ondas electromagnéticas, que utiliza los tres grupos de técnica: las que solo son auditivas, las que sólo son visuales y las que son audiovisuales. No exige ningún aprendizaje especial, puede ser consumido individualmente, su difusión es rápida e impactante”.

b. Características de la televisión

La televisión, como medio de comunicación, es el sistema de transmisión de imágenes a distancia mediante las ondas hertzianas o corrientes eléctricas difundidas por cable, es

decir, es la emisión y la recepción por cable o sin hilos de imágenes fijas o en movimiento.

Actualmente, este medio audiovisual "...cumple una función ideológica por ello busca: mantener el funcionamiento del sistema productivo, sostener la estructura del poder político, limitar la capacidad crítica de los consumidores, reforzar una cosmovisión individual y atomizadora y generar con ellos valores semejantes, manipular la información a través de su emisión o mutilación deliberada, así como la absorción de la ideología y valores opuestos al status y estructurar una ideología neutral y objetiva que enajene respecto de la realidad social y los problemas que viven las clases necesitadas de Argentina." (Nancy Díaz, 2010)

En consecuencia, hoy en día, la televisión local o nacional es la principal herramienta de ocio y cultura de la sociedad occidental, pero también se ha convertido en una nueva fuente de adicción, de frustración y de violencia familiar y social.

c. Ventajas de la televisión

La televisión, como medio audiovisual masivo y evaluable, posee:

- alta cobertura geográfica

- diversidad de programas
- cantidad de espectadores
- alto nivel de impacto visual
- eficiencia para ingresar a los hogares
- alternativas publicitarias
- apela a las emociones y empatía del público.
- eficacia en la innovación cultural.

d. Objetivo de la televisión

La televisión tiene inmediatez y fluidez, impone la sensación que todo está sucediendo, introduce al espectador en la escena, al borde de la acción o en su centro, ofrece la sensación excepcional de la historia inmediata, sublima las más comunes vulgaridades de la vida y les comunica una significación dramática.

“El fin principal de la televisión es mantener el mayor número de personas conectadas el mayor tiempo posible. Su interés fundamental es el entretenimiento, no la información ni la educación. La variedad de programas es mínima porque se elige los que se atraen más fácilmente a una audiencia masiva. Se trata de explotar los gustos existentes, se ignora a las minorías y se anula experimentos con los gustos potenciales del público y las posibilidades creadoras del medio”. (Humberto Ponce, 2001).

La televisión tiene un uso social, las familias no se limitan a observar el receptor, discuten lo que ven, se disputan el control remoto, hacen tareas domésticas, conversan con las visitas, reaccionan con elocuencia afirmativa o negativa frente a los mensajes que reciben. Las necesidades y propósitos de las audiencias son muy variados. Las audiencias mantienen un equilibrio equívoco entre fantasía y acción. Reflexionan y conversan sobre lo que ven y se entregan a las alegrías imaginarias de la fantasía.

e. Tecnicidad televisiva

Según Guillermo Orozco (2001), "...ahora es factible usar el televisor como pantalla de videojuegos o del computador multiplicando las opciones de interactividad y en un futuro próximo será posible reenfocar una imagen, o incluir al mismo tiempo diferentes tomas o ángulos de la misma en la pantalla". La video tecnología hace posible la policromía televisiva, la instantaneidad de su presentación, la versatilidad de sus contenidos y encuadres y especialmente su extraordinaria capacidad de representación, ese simulacro que a veces parece más real que lo real.

Las investigaciones de las interacciones de audiencias con la televisión sugieren que el televidenciar asiduo amplifica cualitativa y cuantitativamente la capacidad de recepción y

hace posible asimilar e interpretar toda la información expuesta.

f. Institucionalidad televisiva

La televisión, es una institución social (llámese industria cultural o empresa televisiva), con historia, objetivos, definiciones y alianzas particulares.

“...el establecimiento que las televisiones hacen de las agendas, encuadra y confina en un falaz pluralismo programático hasta las más hiperactivas reacciones de los sujetos-audiencia, que si bien gozan de una aparente libertad de opción instantánea programática, se reconstituyen como sujetos en su interacción sistemática y redundante con los menús televisivos prefabricados, eligiendo siempre dentro de un espectro de opciones que no fue ni es un producto directo de su propia elección” (Guillermo Orozco, 2001)

g. Televidencias y mediaciones

Televidenciar es exclusivamente ver, escuchar, percibir, sentir, gustar, pensar, comprar, evaluar, guardar, retraer, imaginar e interactuar con la televisión, son actividades simultáneas de un largo y complicado proceso mediático comunicacional.

Las televidencias contractuales están mediadas por las diversas “negociaciones” y capacidad de respuestas, racionalización o resolución de conflictos realizados por los sujetos, que a su vez reflejan la existencia de patrones, estilos y énfasis que rebasan lo estrictamente, individual y que por supuesto no son naturales, sino aprendidos, aunque siempre manifiestos individualmente.

La misma televisión pone en escena o pone a circular muchos guiones, transformando las existentes, haciendo caducar algunas mientras revitaliza otros e introduce nuevos. En ese sentido se puede ejercer una mediación en las actividades y gestiones de las audiencias en la provisión de módulos de actuación para diferentes contextos y situaciones, conllevan a estereotipos o privilegian caprichosamente guiones que son predominantes, en otros contextos, lugares o culturas o simplemente promueven la importancia de algunos guiones y la exclusión de otros, legitimándose y naturalizándose desde la pantalla ciertas agencias.

h. Roles de género y televisión

Para L. Hoffman (2007), “Los estudiantes universitarios obtienen de la televisión información sobre posibles ocupaciones y/o actividades para varones y mujeres y creen

que esta información es cierta. La televisión presenta mucho más estereotipos de los que se encuentran en la vida real. Aparecen en escena más varones que mujeres, y estos son más agresivos, activos, constructivos y serviciales, sus actividades le aportan recompensas tangibles. Pero las mujeres que aparecen en alguna escena tienden a ser diferentes, pasivas e ignoradas, y continuamente son castigadas por los hombres. En los últimos años hay cambios en la televisión, las mujeres pueden trabajar fuera de la casa y los varones pueden estar a cargo de los hijos, pero todavía hay muchos estereotipos de género. A pesar de los cambios en gran parte de los programas de televisión, se sigue retratando un mundo en el que se valora ser varón, blanco y joven, y se denigra el ser mujer, viejo, de piel oscura o extranjero. A esto se suma el que en los comerciales las diferencias entre los roles de género son mucho mayores que en la vida real, muy pocos de ellos rompen con los estereotipos”.

i. Educación y televisión

En los planteamientos de Paúl Uribe y Elsa Benavides (2005), “La televisión, como medio de comunicación social, parece constituir un estímulo importante en el desarrollo de la capacidad de comprensión lectora al favorecer la adquisición de destrezas cognitivas y lingüísticas, sobre todo

en jóvenes universitarios de nivel social bajo, que facilitaría los contenidos que no pueden extraer de su medio, y en estudiantes con un coeficiente intelectual relativamente bajo. Los logros de aprendizaje a partir de programas culturales o de entretenimiento son incidentales. La televisión ofrece modelos simbólicos, que juegan un papel fundamental en la conformación de la conducta y la modificación de normas sociales. Dichos modelos simbólicos pueden ser positivos (conductas normalmente aceptadas por la sociedad) o negativos (conductas rechazadas por la misma).

Los estudiantes también pueden aprender con alevosía a creer que las conductas agresivas son una solución aceptable a la provocación, ya que en los programas violentos estas conductas son vistas como moralmente justificables”.

j. Televisión y valores

Los medios de comunicación siempre han suscitado debates en el ámbito académico y en la opinión pública. En este sentido, la televisión es el medio que mayores inquietudes despierta sobre el papel ejercido en la difusión de la cultura y de sus valores. Quienes conviven o trabajan con jóvenes universitarios suelen preguntarse cómo pueden competir con un medio tan seductor, que intenta desprestigiar los

valores recibidos a través de la familia, la universidad, la iglesia y las asociaciones socioculturales.

Los estudiantes universitarios por lo general usan los medios, y en particular la televisión, para entender cómo es su sociedad y extraer opiniones sobre los diversos aspectos de la vida, así como para buscar, además, modelos con los que identificarse: los modelos que los estudiantes universitarios eligen con el ánimo de parecerse a ellos proceden en mayor número de los personajes que popularizan los medios de comunicación de masas que las personas reales con las que se relacionan en su vida cotidiana. Los modelos que se obtienen en los medios de comunicación pública son, en su mayoría, personajes de actualidad (deportistas, físico-culturistas o cantantes de moda). Apenas hay arquetipos de virtudes personales (por ejemplo santos), o del conocimiento (por ejemplo autodidactas, profesionales o sabios).

k. Violencia televisiva y comportamiento agresivo

Según Federico Rodríguez (2007), "...actualmente, el tema de la violencia en la televisión ha generado gran preocupación, debido a que estimularía la conducta agresiva en los estudiantes universitarios, los cuales pasan muchas horas frente al televisor viendo programas para

adolescentes o para adultos, siendo los primeros seis veces más agresivos. Entre los actos violentos que son vistos por los estudiantes, están: asesinatos, guerras, puñetazos, golpizas, cuchilladas, balaceras, patadas, accidentes violentos y destrucción de propiedades, entre otros. Los estudiantes de pre-grado que ven violencia en la pantalla se comportan más agresivos, sin importar su localización geográfica, su sexo, su nivel socioeconómico o si tienen problemas emocionales. Este efecto es interdependiente, es decir, los estudiantes universitarios que son agresivos eligen programas violentos y aquellos que ven estos programas, son más agresivos. La televisión, como medio social, fomenta la conducta agresiva de dos modos, o imitan el modelo que observaron y llegan a aceptar la agresión como conducta apropiada.

En conclusión, la TV es un medio de comunicación social de gran penetración que en los estudiantes universitarios surte efecto en las áreas emocionales, cognoscitivas, educativas y conductuales, es decir, influye en sus intereses y motivaciones hacia a objetos comerciales o hacia la formación integral de las personas.

Como resultado de la repetición de violencia en los medios de comunicación de masas hay un decrecimiento en la

sensibilidad emocional del estudiante universitario ante la violencia. Por otra parte, hay un incremento en la agresión y la capacidad de ser violento o agresivo con otros. Además los jóvenes de pre-grado demuestran mayor agresividad en sus quehaceres y prefieren seleccionar la agresión como respuesta a situaciones conflictivas”.

I. Efectos de la televisión

Raúl Fuentes (2000), en una investigación sociológica sobre los efectos psicológicos de la violencia en los medios de comunicación audiovisual, identificó cuatro aspectos importantes:

- ***Efectos en el aprendizaje.*** Los estudiantes aprenden, a menudo, viendo los programas de la televisión. La pregunta obligada es ¿Qué aprenden?. De acuerdo a lo señalado en 1982 por el Instituto Nacional de Salud Mental de EE.UU, la violencia de televisión conduce a conductas agresivas en jóvenes. Gran proporción de las conductas agresivas son aprendidas por observación y retenidas por largos períodos de tiempo. No obstante, los jóvenes universitarios también pueden aprender de la televisión muchos valores sociales, como cooperación y ser amables con los demás y aspectos relacionado con su vida. De hecho en muchos estudiantes en desventaja se recomienda dos horas diarias de televisión para de esta forma ayudar en el aprendizaje.

- **Efectos emocionales.** La televisión es un medio de gran penetración y que en estudiantes surte efecto en las áreas emocionales, cognoscitivas y conductuales, es decir influye en sus intereses y motivaciones hacia objetos comerciales o hacia la formación integral del joven. Como resultado de la repetición de violencia en los medios de comunicación de masas hay un detrimento en la sensibilidad emocional del estudiante universitario ante la violencia. Por otra parte, hay un incremento en la agresión y la capacidad de ser violento o agresivo con otros. Además los jóvenes demuestran mayor agresividad en sus quehaceres cotidianos y prefieren seleccionar la agresión como respuesta a situaciones conflictivas.

- **Efectos en la respuesta de catarsis.** La observación de escenas de dolor, horror y sufrimiento resulta en catarsis es decir, estos sentimientos pueden ser descargados en forma continua durante o después de la observación de programas de contenido violento.

- **Efectos en la conducta.** La imitación es muy importante en la adquisición de la conducta ya sea, adaptada o desviada. La televisión ofrece modelos simbólicos, que juegan un papel fundamental en la conformación de la conducta y la modificación de normas sociales. Dichos

modelos simbólicos pueden ser positivos (conductas aceptadas) o negativos (conductas rechazadas). Los estudiantes universitarios también pueden aprender a creer que las conductas agresivas son una solución aceptable a la provocación, ya que en los programas violentos estas conductas son vistas como moralmente justificables. Por último, los efectos de la violencia física en televisión afectan selectivamente a los varones, mientras que las damas manifiestan igualmente fuertes reacciones por medio de expresiones no físicas (verbales o psicológicas)".

m. Televisión y alienación cultural

La alineación cultural es un estado del ser humano que lo lleva a actuar y a ser diferente lo que es, esto a causa de adoptar posturas que lo centren en su entorno vital, imitando las posturas de otros o simplemente accediendo a diversas complejidades de su entorno.

Los medios de comunicación masiva, como la televisión, que se han convertido en uno de los pilares esenciales de la divulgación cultural, transmiten, en efecto, mensajes que no son culturalmente neutros. Esos mensajes reflejan el pensamiento, las ideas y los valores, en una palabra, la visión del mundo de los que los difunden. Cuando aportan de manera intensiva sistemas de valores, de modos de

vida, ajenos a los pueblos de una región dada, no se puede impedir que estos, a la larga, obliteren los valores propios de tales pueblos, con el riesgo de convertirse, incluso sin proponérselo, en instrumentos de alineación cultural.

En consecuencia, “La televisión como medio de comunicación es aplanadora de la desculturización, pero aún más, de la alienación, para que el ser humano pierda la identidad y la perspectiva histórica y no juegue su papel protagónico en el mar picado de los conflictos económicos, sociales, políticos y culturales, propios de una sociedad que avanza de manera dialéctica en medio de estallidos y tormentas sociales, como también de contradicciones, entre estas la fundamental de la época: la de la forma social de la producción y la forma privada de la apropiación, en las condiciones de la cada vez mayor concentración de la riqueza y el poder y de la supremacía de los monopolios incluyendo el capital financiero”. (Jesús Villar, 2010)

1.2.2. DESEMPEÑO ACADÉMICO

a. Concepto de desempeño académico

Es una medida sistemática de las capacidades y aptitudes del estudiante, la misma que expresa todo lo que éste ha aprendido durante el proceso de su formación académica. Es decir, una medida de las capacidades respondientes o

indicativas que manifiestan, en forma estimativa, lo que una persona ha aprendido como consecuencia de un proceso de instrucción o formación.

Según Manuel Álvaro (1990), "El desempeño académico o efectividad educativa se define como el grado de logro de los objetivos establecidos funcionalmente en los programas de estudios superiores. Este indicador es de tipo multidimensional ya que involucra variables de orden cognitivo, volitivo y emocional".

En conclusión, el desempeño académico es la suma de diferentes y complejos factores que actúan en la persona que aprende, y ha sido definido con un valor atribuido al logro del estudiante en las tareas académicas. Se mide mediante las calificaciones obtenidas, con una valoración cuantitativa, cuyos resultados muestran las materias ganadas o perdidas, la deserción y el grado de éxito académico.

b. Características del desempeño académico

Para Fernando Sánchez (2006), "El desempeño académico:

- Está basado en el conocimiento, habilidades, intereses del estudiante, mediante métodos de adquisición de conocimientos, debiendo guardar informaciones creativas.

- Viene a ser el resultado en función de las capacidades del sujeto y de las notas externas, y que se consideran necesarias en los niveles de formación educativa, que toman en cuenta el trabajo efectuado y no solamente los meros resultados
- Es el juicio de valor, según la aptitud y actitudes individuales de un ente, que resulta categóricamente en rendimiento suficiente satisfactorio y rendimiento insuficiente insatisfactorio.
- Está referida a las tasas de promoción, repetición, abandono de estudiantes, relacionados a diversos factores.
- No es algo que simplemente porta el estudiante, a través de sus calificaciones, tampoco constituye el producto que los agentes le asignan, sino el resultado de prácticas y situaciones educativas concretas que posibilitan su producción.
- Está constituido, fundamentalmente, por un conjunto de propiedades observables y medibles que tienen en las calificaciones su respectiva traducción numérica del indicador.
- Está relacionado íntimamente al proceso educativo, representado por el sistema de calificación universal vigesimal de 0 a 20 que corresponde al éxito o fracaso del estudiante por la nota vigesimal ≥ 11 y el fracaso por la nota < 11 .

c. Factores que determinan el desempeño académico

En el proceso de su vida social el estudiante siempre tiende a adquirir conductas, de acuerdo a su contexto o según haya sido educado, a veces no tiene un criterio sólido y por ello puede adoptar hábitos ya sean positivos o negativos.

El estudiante, del nivel superior se ve influenciado por los diferentes grupos con los que interactúa cotidianamente. Dos grandes ejemplos y los más importantes son su familia y su institución educativa a la que asiste, entre otros ejemplos tenemos la secta religiosa, la relación sentimental, los vecinos y su lugar de residencia, los grupos de estudio, la influencia de los medios de comunicación social, etc.

El estudiante, por lo general, tiende a realizar las cosas como él lo observa, y si no logra hacerlo actúa de otra manera, afectando muchas veces su vida personal y psicológica, entonces la vida del estudiante no es la misma, especialmente si él tiene una serie de problemas en los diferentes espacios que interactúa y esto se ve reflejado en sus actitudes, comportamientos, desempeño académico y en los problemas que afectan su personalidad.

Para Raúl López (2008), "Los estudiantes que ingresan al nivel superior universitario revelan una serie de deficiencias

académicas y de formación de hábitos de estudio, que derivan en lo que hemos llamado áreas deficitarias del conocimiento que además de retrasar el proceso de formación académica, constituyen un obstáculo para el desarrollo personal del futuro profesional. En apariencia, se puede detectar una diferencia entre el estudiante que proviene de instituciones educativas del sector privado y los estudiantes que proceden del sector oficial. Aquéllos tienden a ser más receptivos; los otros, tienen mayores problemas para ubicarse dentro del proceso de aprendizaje que exige mayor esfuerzo intelectual.

Es muy posible que estas diferencias estén influenciadas no sólo por la estabilidad familiar y socioeconómica de los hogares, sino que también intervengan, la atención educativa que reciben en las instituciones privadas; pues se ha observado que muchos maestros y maestras que trabajan en el sector oficial o público y tienen trabajo en alguna institución del sector privado, se preparan mejor para desempeñarse en esta clase de institución, que en el oficial, aunque en este último exista un compromiso moral y humano de trascendencia, por el simple hecho de que quienes asisten al sector público, no pueden pagar los gastos que origina su educación. Por principio humano, los estudiantes del sector público deberían recibir la mejor

educación o al menos similar a la privada, para abrirles más oportunidades de trabajo productivo con mayores perspectivas de progreso, ya que este contingente también constituye un amplio sector y un valioso material potencial de desarrollo económico y social del país”.

d. Importancia del desempeño académico

El desempeño académico es la calificación cuantitativa y cualitativa, que si es consistente y válida será el reflejo de un determinado aprendizaje o del logro de unos objetivos preestablecidos. Por lo tanto “...el desempeño académico es importante porque permite establecer en qué medida los estudiantes han logrado cumplir con los objetivos educacionales, no sólo sobre los aspectos de tipo cognoscitivos sino en muchos otros aspectos; puede permitir obtener información para establecer estándares. También los registros de rendimiento académico son especialmente útiles para el diagnóstico de habilidades y hábitos de estudio, no sólo puede ser analizado como resultado final sino mejor aún como proceso y determinante del nivel. El desempeño académico es fruto sistemático del esfuerzo y la capacidad de trabajo del estudiante, el conocer y precisar estas variables conducirá a un análisis más minucioso del éxito académico o fracaso del mismo.” (Juan Enríquez, 2008)

1.3. SISTEMA CONCEPTUAL

- **Consumo.** Es la aplicación de los bienes a la satisfacción de las necesidades.
- **Televidente.** Persona que contempla las imágenes transmitidas por televisión.
- **Televisión.** Medio de comunicación social que transmite y difunde imágenes, ideas o mensajes en forma simultánea y masiva.
- **Medio de comunicación.** Instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional.
- **Comunicación de masas.** Es aquella forma de comunicación en la cual los mensajes son transmitidos públicamente, usando medios técnicos, indirecta y unilateralmente.
- **Entretenimiento.** Son las diversas actividades relacionadas con el ocio y el divertimento de una persona o de un conjunto de personas.
- **Programa.** Es un proyecto determinado que fija la línea o conducta que ha de seguir.
- **Guión.** Texto en que se expone, con los detalles necesarios para su realización, el contenido de un filme o de un programa de radio o televisión.
- **Escena.** Cada una de las partes de que consta una obra dramática o una película y que representa una determinada situación, con los mismos personajes.
- **Imagen.** Figura, representación de una persona o cosa. Representación mental de algo.

- **Hábitos de estudio.** Son aquellas conductas que los estudiantes practican regularmente, para incorporar saberes a su estructura cognitiva.
- **Aprendizaje.** Es un proceso fáctico por medio del cual la persona adquiere nuevas experiencias para innovar conocimientos y mejorar su personalidad.
- **Valores.** Cualidades que posee una persona para vivir en un contexto social.
- **Alienación cultural.** Alteración enajenante que experimenta un individuo por la continua imposición de elementos culturales que son ajenos a su realidad.
- **Estereotipo.** Es la percepción detallada que se tiene sobre una persona o grupo de personas que comparte ciertas características, cualidades y habilidades, y que busca justificar o racionalizar una cierta conducta en relación con determinada categoría social.
- **Desculturización.** Perder rasgos de una cultura para sustituirla por otra supuestamente superior.
- **Conducta.** Manera de conducirse o comportarse una persona, o de reaccionar ante las situaciones externas.
- **Violencia.** Acción de utilizar la fuerza y la intimidación para conseguir algo.
- **Agresión.** Ataque o acto violento que comete una persona causando un daño físico o psicológico.
- **Formación cultural.** Es la adecuada educación cultural que presenta una persona dentro de su contexto social.

- **Desempeño académico.** Medida de las capacidades indicativas que manifiestan lo que una persona ha aprendido como consecuencia de un proceso de formación académica.
- **Bajo nivel académico.** Es el deficiente grado de aprendizaje que puede tener un sujeto de la educación.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. TIPO DE ESTUDIO

- *Enfoque mixto*

El presente estudio tomó en cuenta el enfoque mixto de la investigación científica, porque este modelo representa a un grado de integración entre los enfoques cuantitativo y cualitativo y a través de las mismas se logró recolectar y analizar datos para probar las hipótesis que han sido formuladas en el proceso del estudio.

Para los tratadistas Roberto Hernández y Carlos Fernández (2006), la investigación denominada mixta “oscila entre esquemas de pensamiento inductivo y deductivo, además de que por parte del investigador necesita un enorme dinamismo en el proceso. Lleva a

un punto de vinculación lo cualitativo o lo cuantitativo que suele resultar inaceptable para los puristas”.

2.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

- ***Descriptiva y explicativa***

Es un tipo de estudio que permitió conocer las causas o factores de las variables que generaron situaciones problemáticas. En lo descriptivo se logró una medición precisa de la variable dependiente. En lo explicativo, se midió las relaciones de influencia entre la variable independiente y la variable dependiente.

“Los estudios descriptivos miden de manera más bien independiente los conceptos o variables a los que se refieren. Aunque, desde luego, pueden integrar las mediciones de cada una de dichas variables para decir como es y cómo se manifiesta el fenómeno de interés subjetivo, no es indicar como se relacionan las variables medidas” (Abel Zavala, 1999). “La investigación explicativa, es aquella que tiene relación causal; no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas del mismo.” (Teresa Gavilán, 2008)

2.3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

- ***Descriptivo***

En la investigación descriptiva, se describe y se estudia sobre el contexto social. Con este nivel se caracteriza un fenómeno o

situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores.

Según Abel Zavala (1999), "La investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables".

2.4. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

- **Método Inductivo**

En la investigación este procedimiento permitió particularizar los elementos planteados en el estudio para luego generalizar el hecho.

Clotilde Spelucín (2000), el método inductivo, "es un procedimiento que tiene una gran acogida, en las ciencias porque se basa en el descubrimiento a partir de casos particulares para arribar a principios, leyes preceptos, normas de carácter general".

- **Método Deductivo**

En el presente estudio este procedimiento investigativo permitió generalizar el hecho estudiado para luego particularizarlo de manera sistemática. El "método deductivo es aquel que va de lo general a lo particular. El docente presenta leyes, principios, juicios, definiciones

generales y de ellos se derivan conclusiones o se analizan casos particulares”. (Clotilde Spelucín: 2000)

- **Método Estadístico**

Procedimiento exclusivo de la investigación cuantitativa y que permite cuantificar los hechos estudiados. Genéricamente, consiste: Primero, en el acopio de datos, mediante registros, censos, encuestas; segundo, en la clasificación y ordenación de dichos datos (tabulación); y, tercero, en el análisis estadístico y la respectiva síntesis, que mediante fórmulas y técnicas especiales, traduce los datos a índices, curvas coeficientes, etc., en los que se cuantifican y grafican los hechos en general, no pueden ser observados directamente como lo son los fenómenos de la naturaleza.

2.5. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

- ***Transeccional descriptiva***

Para Roberto Hernández y Carlos Fernández (2003) “Los diseños transeccionales descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiesta una o más variables (dentro del enfoque cuantitativo) o ubicar, categorizar y proporcionar una visión de una comunidad, un evento, un contexto, un fenómeno o una situación (describirla, como su nombre lo indica, dentro del enfoque cualitativo). El procedimiento consiste en medir o ubicar a un grupo de personas, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, en una variable o concepto y proporcionar su descripción. Son, por

lo tanto, estudios puramente descriptivos y cuando establece hipótesis, éstas son también descriptivas”.

2.6. POBLACIÓN Y MUESTRA

a. Población

La población estudiada estuvo constituido por 300 estudiantes regulares de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de “San Cristóbal de Huamanga”.

- ***Criterios de inclusión***

- Estudiantes regulares (varones y mujeres)
- Estudiantes que cuentan en casa con un televisor

- ***Criterios de exclusión***

- Estudiantes no regulares
- Estudiantes con desmatrícula
- Estudiantes con traslado interno o externo
- Estudiantes con segunda carrera

Según Alejandro Caballero (1990), “Llamamos población a la totalidad de seres a investigarse, cuando todos ellos son personas. Llamamos universo de la investigación cuando en la totalidad de seres que van a ser objeto de nuestra investigación se comprende, además de personas, animales, cosas y seres inanimados en general”.

b. Muestra

La muestra de estudio estuvo integrado por 183 estudiantes, de la series 100 y 200, de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de "San Cristóbal de Huamanga" de Ayacucho.

El tamaño de muestra fue obtenido a través de la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2 N pq}{Z^2 pq + NE^2}$$

- *Reemplazando valores:*

$$n = \frac{(1.96)^2 (350) (0.25)}{(1.96)^2 (0.25) + (350) (0.0025)}$$

$$n = \frac{(3.8416) (87.5)}{0.9604 + 0.875}$$

$$n = \frac{336.14}{1.8354} = 183.1426.$$

$$n = 183$$

VALORES
<i>N</i> = Población
<i>Z</i> = Nivel de confianza al 95 % (1.96)
<i>p</i> = Proporción de aciertos al 50% (0.5)
<i>q</i> = 1 - <i>p</i> (0.5) al 5%
<i>E</i> = Error muestral (0.05)

Para Elia Pineda (1997), la muestra "Es un sub-conjunto o parte del universo o población que se llevará a cabo la investigación con el fin posterior de generalizar los hallazgos al todo."

2.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

a. Técnicas

Los procedimientos técnicos utilizados en la recolección de datos fueron los siguientes:

- **La encuesta** permitió obtener de manera precisa datos precisos de las variables en estudio mediante un cuestionario estructurado de preguntas abiertas y cerradas formulados directamente a los estudiantes.

Según Elia Pineda la encuesta “Consiste en obtener información de los sujetos, proporcionados por ellos mismos, sobre opiniones, conocimientos, actitudes o sugerencias. Hay dos maneras de obtener información: la entrevista y el cuestionario. En la entrevista las respuestas son formuladas verbalmente y se necesita del entrevistador, en el procedimiento denominado cuestionario, las respuestas son formuladas por escrito y no se requiere la presencia del investigador.”

- **La entrevista** facilitó el recojo de información sobre las variables de estudio (consumo de televisión y desempeño académico), mediante una comunicación interpersonal entre investigador e investigado, cuya información se plasmó en el cuestionario abierto.

Según José Del Águila (1982), la entrevista “Es una técnica que sirve para recolectar datos y consiste en hacer preguntas orales sobre determinado aspecto del problema o fenómeno que se investiga. Esto nos permite recopilar información acerca de la concepción del mundo, de sus causas, sus efectos, etc.; lograr aceptaciones, rechazos, iniciativas, expectativas, deseos,

motivaciones, aspiraciones, inquietudes, intolerancias, etc., tanto actuales como pasadas”.

- **La observación**, permitió realizar un registro visual de lo que ocurre en una situación real, clasificando los acontecimientos pertinentes de acuerdo a un esquema previsto al problema.

Aurelio Crisólogo (1994), considera que la observación “...es la percepción dirigida a la obtención de la información sobre objetos y fenómenos de la realidad: constituye la formación más precisa y elemental de conocimiento científico, base de los demás métodos empíricos”.

b. Instrumentos

Los instrumentos básicos utilizados para el acopio de datos fueron:

- **El cuestionario para estudiantes**, instrumento que permitió recoger información relevante para la estructuración de los resultados de la investigación.
- **El acta consolidada de evaluación educativa**, instrumento que sirvió de base para comprobar el rendimiento académico de los estudiantes.

2.8. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTOS

Los instrumentos de investigación fueron sometidos a la opinión de expertos, para verificar su utilidad y aplicabilidad.

- **Resultados del Juicio de expertos**

EXPERTOS	PORCENTAJE	INTERPRETACIÓN
Dr. Ranulfo Cavero Carrasco	90%	Muy bueno
Mg. Boris Peña Morales	93%	Bueno
Dr. Pedro Huauya Quispe	87%	Bueno
PROMEDIO	90%	Muy bueno

Del análisis del cuadro anterior, observamos que los expertos en promedio general coincidieron que los ítems de los instrumentos son buenos, en un promedio de 90% (0,90) de aceptación en base a los tres expertos consultados, porcentaje que fluctúa de 80% a 90%; por consiguiente, los instrumentos son válidos y coherentes con los propósitos de la investigación; lo que se considera aplicable en la recolección de datos.

- **Confiabilidad de instrumentos**

La confiabilidad de consistencia interna fue determinada con la prueba piloto de 10 estudiantes que no son miembros de la muestra, aplicando la prueba coeficiente de Kuder y Richardson.

$$C = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum pq}{S^2} \right)$$

Dónde:

C = Kuder y Richardson
 K = número de ítems o preguntas del instrumento
 p = probabilidad de acierto
 q = probabilidad de desacierto
 S² = Varianza total o varianza del instrumento

El coeficiente de confiabilidad de los instrumentos fueron superiores a 0,90 (90% aceptable) verificándose su adecuada estructuración para medir las variables en estudio.

2.9. PROCEDIMIENTO Y PROCESAMIENTO DE DATOS

a. Procesamiento de Datos

El proceso de tabulación se realizó en una computadora empleando el paquete estadístico SPSS versión 15,0 para su procesamiento respectivo. Los resultados serán presentados en cuadros compuestos, haciendo uso de las frecuencias absolutas y relativas simples. Cada cuadro estará acompañado de un gráfico para observar visualmente los resultados.

- **Análisis exploratorio.** A través de presentación estructurada de cuadros y gráficos.
- **Análisis descriptivo.** A través de la sistematización de la información recabada en cuadros y gráficos estadísticos, haciendo uso de frecuencias absolutas y relativas simples.
- **Análisis inferencial.** Se realizó la prueba de hipótesis, a través del chi cuadrado. Cuya fórmula es:

$$x_c^2 = \frac{\sum(O-E)^2}{E}$$

Dónde:

x_c^2 : Valor calculado de Chi cuadrado

O : Valores observados

E : Valores esperados

- **Hipótesis alterna (H_a).** El consumo excesivo de televisión influye negativamente en el desempeño académico de los estudiantes de la E.F.P. de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de “San Cristóbal de Huamanga”, Ayacucho, 2010.

- **Hipótesis nula (H_0).** El consumo excesivo de televisión no influye negativamente en el desempeño académico de los estudiantes de la E.F.P. de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de “San Cristóbal de Huamanga”, Ayacucho, 2010.

*** Nivel de significancia**

Se ha elegido al 5% que equivale $\alpha = 0.05$ con un nivel de confianza al 95%.

*** Conclusión**

Condición Bilateral	Significación	Interpretación	
		H_a	H_0
$x_c^2 \geq x_t^2$	$\rho < 0,05$	Se acepta	Se rechaza

Dónde:

x_c^2 : Valor calculado de Chi cuadrado

x_t^2 : Valor de la tabla de Chi cuadrado

b. Interpretación y Análisis de Datos

La interpretación de los resultados se dio en forma numérica y porcentual, incidiendo en los valores más representativos. En esta etapa, sigue ciertas técnicas estandarizadas, se descompone el todo en sus partes, se las recompone, trascendiendo su significado y observando a través de las técnicas decididas, si los resultados esperados (según la teoría y más específicamente en la hipótesis se corresponden con los resultados obtenidos.)

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. RESULTADOS

CUADRO N° 01

CONSUMO DE TELEVISIÓN POR DÍA EN ESTUDIANTES DE LA
EFP DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

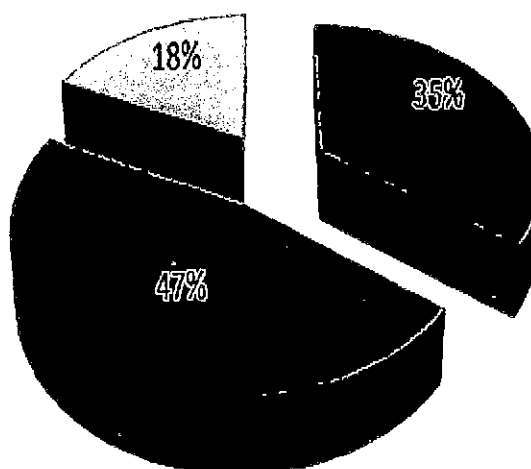
CONSUMO DE TELEVISIÓN	N°	%
Excesivo (más de dos horas)	64	35
Moderado (promedio de dos horas)	86	47
Mínimo (menos de una hora)	33	18
TOTAL	183	100

FUENTE: Ficha de recolección de datos.

GRÁFICO N° 01

CONSUMO DE TELEVISIÓN POR DÍA EN ESTUDIANTES DE LA EFP DE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

■ Excesivo ■ Moderado □ Mínimo



En el Cuadro N° 01, se percibe que del 100%, de estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación, consultados acerca del consumo de televisión; el 47% lo hace de manera moderada; el 35% de forma excesiva y 18% de modo mínimo.

Se ha podido connotar que los jóvenes peruanos que menos se dedican al estudio ven la televisión aproximadamente una media de 4 horas y 22 minutos al día. Las ciudades capitales de las regiones son las que encabezan el 'ranking' en consumo de televisión, frente a las ciudades que no son capitales de región.

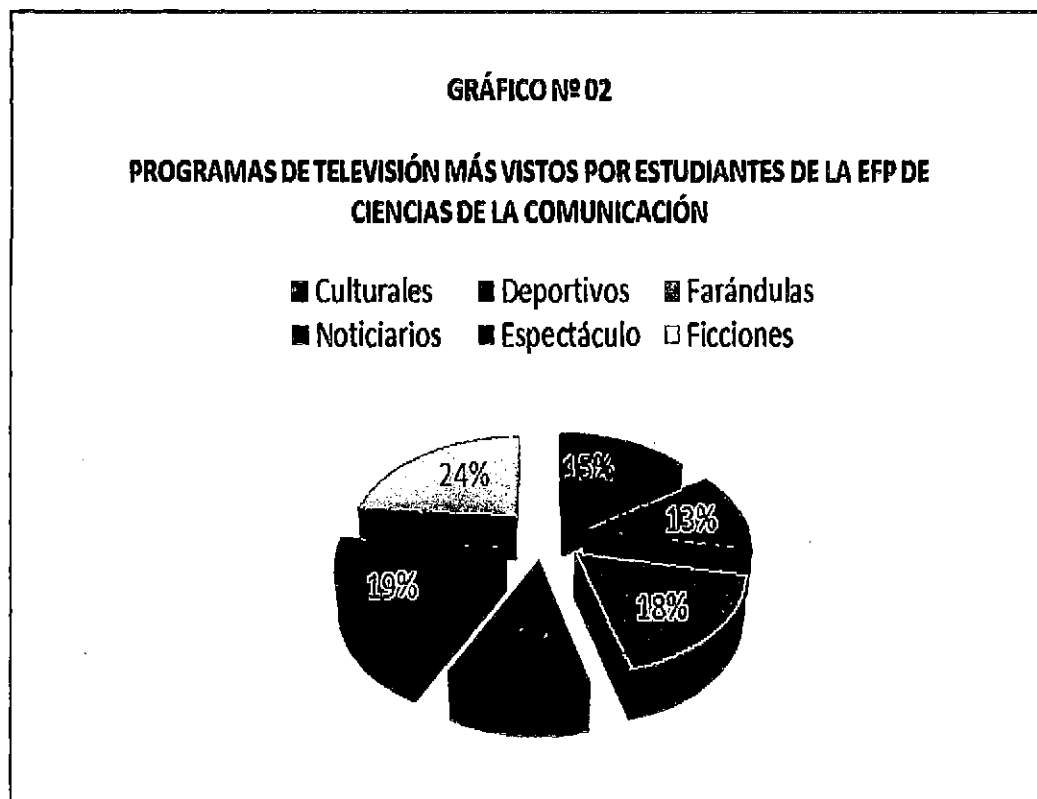
Los avances técnico-científicos en la televisión por cable y la difusión de contenidos online han hecho que los consumidores cada vez más aprovechen para crear sus propias programaciones de televisión. Así, pueden ver sus programas favoritos y evitar los anuncios gracias a tecnologías como el DVR o el vídeo bajo demanda, además de servicios de contenidos en streaming como Netflix, que permiten ver varios capítulos seguidos en lugar de tener que esperar a la semana siguiente.

En conclusión, el 35% de estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación, hacen un consumo excesivo de la televisión, en vista de que la televisión es un medio de comunicación de fácil acceso y al alcance de todos los sectores sociales.

CUADRO N° 02
PROGRAMAS DE TELEVISIÓN MÁS VISTOS POR ESTUDIANTES
DE LA EFP DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PROGRAMAS DE TELEVISIÓN	N°	%
Culturales	28	15
Deportivos	24	13
Farándulas	32	18
Noticiarios	21	11
Espectáculo	35	19
Ficciones	43	24
TOTAL	183	100.0

FUENTE: *Ficha de recolección de datos.*



En el Cuadro N° 02, se percibe que del 100%, de estudiantes de Ciencias de la Comunicación, consultados acerca del programa de televisión que continuamente observan; el 24% consideran a los de ficción; 19% a los espectáculos; 18% las farándulas; 15% los culturales; 13% los deportivos y 11% los noticiarios.

Televisión es la palabra mágica cuyo solo enunciado suscita las más apasionadas controversias y opiniones. Es un medio de comunicación que a la vez une y separa, informa y manipula, trasmite conocimiento o siembra estupidez, distrae y aburre, educa y aliena.

En términos generales podemos señalar que las opciones de preferencia que tienen los estudiantes universitarios son variadas lo que puede significar que no existe una mayoría significativa que se incline por un tipo de programas en general, sino que las preferencias de los universitarios son muy diversas y se encuentran repartidas en una gran variedad de programas, donde domina el entretenimiento, la ficción, la comedia y el espectáculo deportivo, sin dejar de lado las series consignadas propiamente para adultos.

En conclusión, el mayor índice porcentual de estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación, tienen preferencia por los programas de ficción, espectáculos, farándulas y deportes, por ser programas ligados a la modernidad y de mayor sintonía popular.

CUADRO N° 03

CONSUMO DE TELEVISIÓN DE LOS ESTUDIANTES SEGÚN OBSERVACIÓN REALIZADA POR LOS PADRES DE FAMILIA

CONSUMO DE TELEVISIÓN		N°	%
Día que ve	Lunes	4	20
	Martes	2	10
	Miércoles	4	20
	Jueves	2	10
	Viernes	2	10
	Sábado	2	10
	Domingo	4	20
TOTAL		20	100
Programas que ve	Ficción	8	40
	Espectáculo	6	30
	Farándula	4	20
	Deporte	2	10
TOTAL		20	100
Horas que ve	1 hora	4	20
	2 horas	10	50
	3 horas	6	30
TOTAL		20	100
Turno en el que ve	Mañana	2	10
	Tarde	6	30
	Noche	12	60
TOTAL		20	100
Con quien ve	En familia	10	50
	Con amigos	6	30
	Solo	4	20
TOTAL		20	100

FUENTE: *Ficha de observación.*

En el Cuadro N° 03, se percibe que el mayor porcentaje de los estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación hacen un consumo de televisión: los días lunes (20%), miércoles (20%) y domingo (20%); los programas que más ven son de ficción (40%) y espectáculo (30%); las horas de consumo es un promedio de 2 horas (50%); el turno en la que ven es la noche (60%) y preferentemente lo observan en familia (50%). En consecuencia, la información de los padres de familia corrobora la versión de los estudiantes en cuanto al consumo de televisión.

CUADRO N° 04

DESEMPEÑO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES DE LA EFP DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

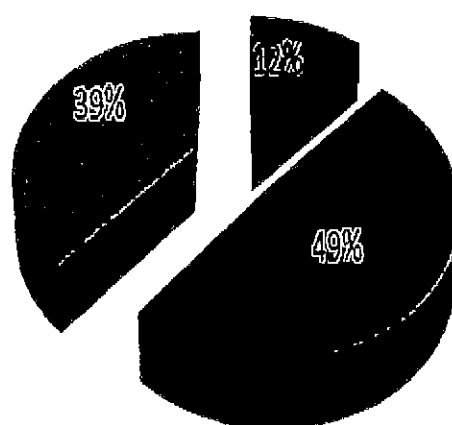
DESEMPEÑO ACADÉMICO	Nº	%
Eficiente (15 a 20)	22	12
Regular (11 a 14)	90	49
Deficiente (00 a 10)	71	39
TOTAL	183	100

FUENTE: *Ficha de recolección de datos.*

GRÁFICO N° 03

DESEMPEÑO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES EA LA EFP DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

■ Eficiente ■ Regular ■ Deficiente



En el Cuadro N° 04, se percibe que del 100% de estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación, observados acerca de su desempeño académico; el 49% expresan un nivel regular; 39% nivel deficiente y 18% nivel eficiente.

El desempeño académico es un indicador del nivel de aprendizaje alcanzado por el estudiante, por ello, el sistema educativo brinda tanta importancia a dicho indicador. Entonces, el rendimiento académico se convierte en una tabla imaginaria de medida para el aprendizaje logrado en el aula, que constituye el objetivo central de la educación. Sin embargo, en el desempeño académico, intervienen muchas otras variables externas al sujeto, como la calidad del maestro, el ambiente de clase, la familia, el programa educativo, etc., y variables psicológicas o internas, como la actitud hacia la asignatura, la inteligencia, la personalidad, el auto-concepto del estudiante, la motivación, etc.

El desempeño académico de los estudiantes universitarios peruanos es diferencia, siendo considerativo en una minoría la eficiente y connotando deficiente en un amplio sector del estudiantado.

En conclusión, el mayor índice porcentual de estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación, expresan un nivel regular y deficiente en su desempeño académico, en vista de que dedican su tiempo a ver programas televisivos en vez de dedicarse a sus actividades académicas.

CUADRO N° 05

DESEMPEÑO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES SEGÚN OBSERVACIÓN REALIZADA POR LOS PADRES DE FAMILIA

CONSUMO DE TELEVISIÓN		N°	%
Día de estudio	Lunes	4	20
	Martes	2	10
	Miércoles	6	30
	Jueves	2	10
	Viernes	6	30
TOTAL		20	100
Lugar de estudio	Cuarto	4	20
	Sala	8	40
	Biblioteca	6	30
	Patio	2	10
	TOTAL		20
Horas de estudio	1 a 2 horas	12	60
	3 a 4 horas	6	30
	4 a más	2	10
	TOTAL		20
Turno de estudio	Mañana	10	50
	Tarde	6	30
	Noche	4	20
	TOTAL		20
Con quien estudia	Solo	8	40
	Con compañeros de estudio	6	30
	Con familiares	6	30
	TOTAL		20

FUENTE: *Ficha de recolección de datos.*

En el Cuadro N° 05, se percibe que el mayor porcentaje de los estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación realizan sus estudios: los días lunes (20%), miércoles (30%) y viernes (30%); el lugar de estudio es la sala (40%) y la biblioteca (30%); las horas que estudian es un promedio de 1 a 2 horas (60%); el turno en la que estudian es la mañana (50%) y preferentemente estudian solos (40%). En conclusión, la información de los padres de familia sirve de base para comprender el desempeño académico que expresan los estudiantes durante un semestre académico.

CUADRO N° 06

CONSUMO DE TELEVISIÓN RELACIONADO AL DESEMPEÑO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES EN LA EFP DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

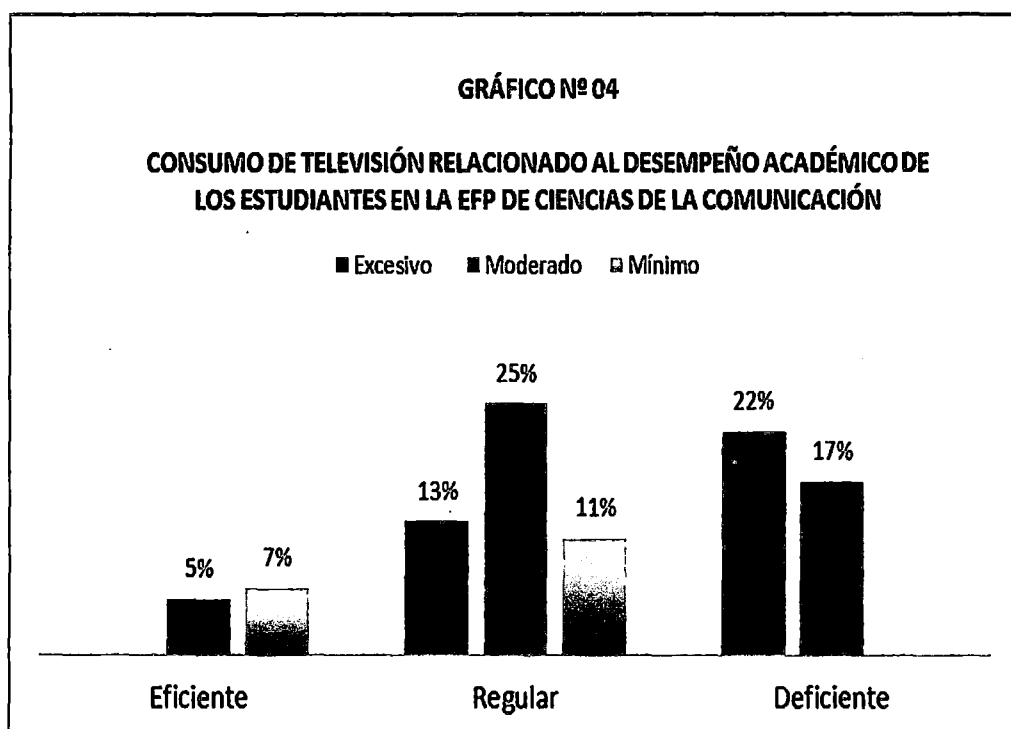
CONSUMO DE TELEVISIÓN	DESEMPEÑO ACADÉMICO						TOTAL	
	Eficiente		Regular		Deficiente			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Excesivo	--	--	24	13	40	22	64	35
Moderado	10	5	45	25	31	17	86	47
Mínimo	12	7	21	11	--	--	33	18
TOTAL	22	12	90	49	71	39	100	100

FUENTE: Ficha de recolección de datos.

$X^2 c = 49.56$
 $P < 0.05$

4 gl = (0.05)

$X^2 t = 9.49$



En el Cuadro N° 06, se describe que del 100% de estudiantes de la E.F.P. de Ciencias de la Comunicación; 47% hacen consumo moderado de televisión, de los cuales: 25% tienen desempeño académico regular, 17% deficiente y 5% eficiente. 35% hacen consumo excesivo de televisión, de los cuales: 22% tienen desempeño académico deficiente, 13% regular y ninguno eficiente. 18% hacen consumo mínimo de televisión, de los cuales: 11% tienen desempeño académico regular, 7% eficiente y ninguno deficiente.

Debido a que la televisión es uno de los medios de difusión de masas más importantes en los últimos tiempos y, a que en etapa juvenil son más vulnerables, existe una tendencia de los estudiantes a pasar un mayor número de horas frente a la exposición de programas de entretenimiento, en contraste con las horas que dedican a las tareas y actividades académicas. Este factor es causante de una baja en el rendimiento académico reflejado en las calificaciones, debido a que las horas que invierten frente a la televisión son en ocasiones las que deberían estar planteadas para otras actividades tanto académicas como al cubrimiento de necesidades básicas

En conclusión, la significancia de la prueba estadística no paramétrica del Chi cuadrado ($P < 0.05$) determina el consumo de televisión influye en el desempeño académico de los estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación.

CUADRO N° 07

CONSUMO DE TELEVISIÓN RELACIONADO AL DESEMPEÑO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES DE LA EFP DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

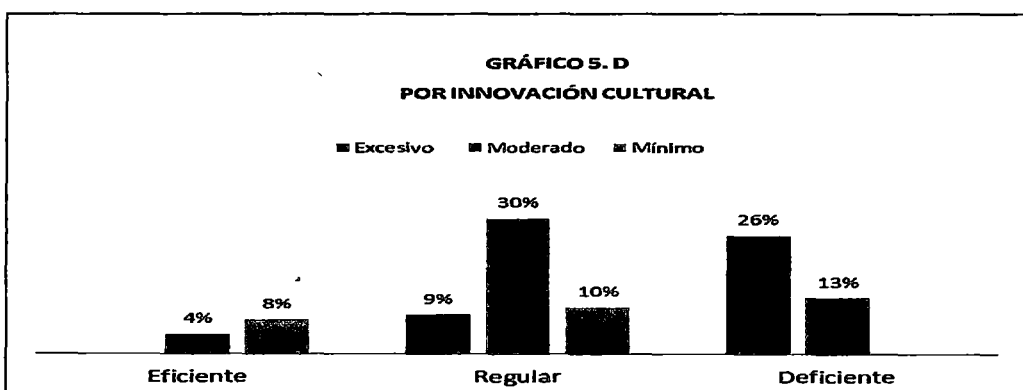
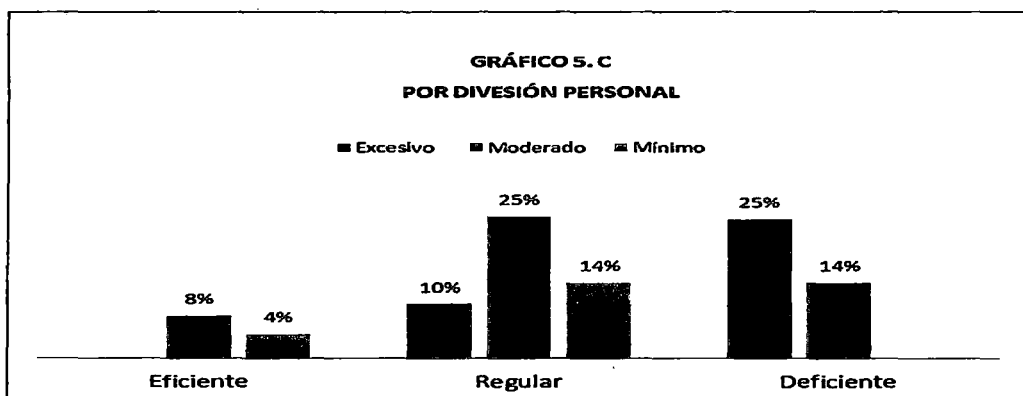
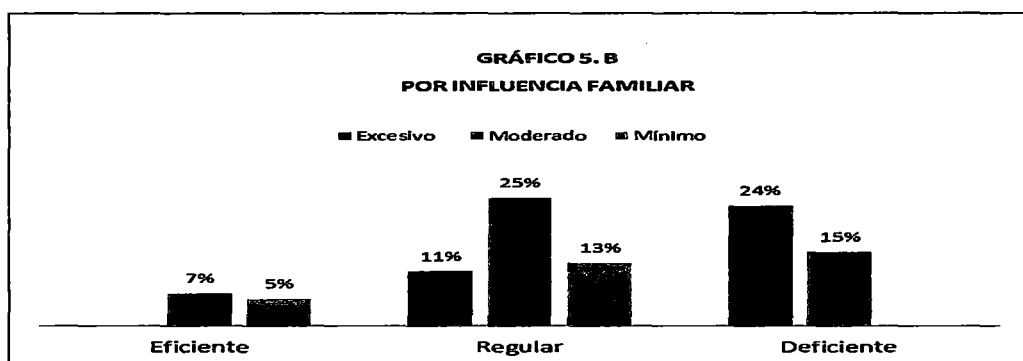
DIMENSIONES DEL CONSUMO DE TELEVISIÓN		DESEMPEÑO ACADÉMICO						TOTAL	
		Eficiente		Regular		Deficiente			
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Por costumbre social	Excesivo	—	—	22	12	42	23	64	35
	Moderado	11	6	46	25	29	16	86	47
	Mínimo	11	6	22	12	—	—	33	18
TOTAL		22	12	90	49	71	39	183	100
Por influencia familiar	Excesivo	—	—	20	11	44	24	64	35
	Moderado	12	7	47	25	27	15	86	47
	Mínimo	10	5	23	13	—	—	33	18
TOTAL		22	12	90	49	71	39	183	100
Por diversión personal imánenes	Excesivo	—	—	18	10	46	25	64	35
	Moderado	14	8	47	25	25	14	86	47
	Mínimo	08	4	25	14	—	—	33	18
TOTAL		22	12	90	49	71	39	183	100
Por Innovación cultural	Excesivo	—	—	16	9	48	26	64	35
	Moderado	08	4	55	30	23	13	86	47
	Mínimo	14	8	19	10	—	—	33	18
TOTAL		22	12	90	49	71	39	183	100

FUENTE: Ficha de recolección de datos.

DIMENSIONES DEL CONSUMO DE TELEVISIÓN	χ^2_c	χ^2_t	GL	ρ
Por costumbre social	50.68	9.49	4	< 0.05
Por influencia familiar	53.48	9.49	4	< 0.05
Por diversión personal	57.07	9.49	4	< 0.05
Por innovación cultural	83.14	9.49	4	< 0.05

GRÁFICO Nº 05

CONSUMO DE TELEVISIÓN RELACIONADO AL DESEMPEÑO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES DE LA EFP DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



En el Cuadro N° 07, se observa que del 39% de estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación con deficiente desempeño académico; el mayor porcentaje hace consumo de televisión de manera excesiva, debido a los siguientes aspectos: por costumbre social (23%), por influencia familiar (24%), por diversión personal (25%) y por innovación cultural (26%).

La televisión ha favorecido el consumismo. La sociedad de consumo, nacida en Estados Unidos y extendida años después al resto de naciones, se ha visto respaldada por el auge de la televisión y la ingente cantidad de horas que una persona dedica a estar frente a la pantalla, más de cuatro horas de media. El consumismo es estimulado por la publicidad que aparece en televisión y satisface la pasión compradora del individuo, al tiempo que le proporciona seguridad en sí mismo y le permite repetir los actos de elección. Cada vez más, se dedica mayor porcentaje de tiempo a la interacción con la televisión. Este porcentaje es mayor en jóvenes y adolescentes, que, en su mayoría dedican menos tiempo a la lectura, se interesan poco por las materias educativas, ven mucho la televisión, utilizan videojuegos, etc.

En conclusión, la significancia de la prueba estadística no paramétrica del Chi cuadrado ($P < 0.05$) determina que todas las dimensiones del consumo de televisión se asocian directamente con el desempeño académico de los estudiantes en la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación.

CUADRO N° 08

DESEMPEÑO ACADÉMICO RELACIONADO AL CONSUMO DE TELEVISIÓN EN ESTUDIANTES DE LA EFP DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

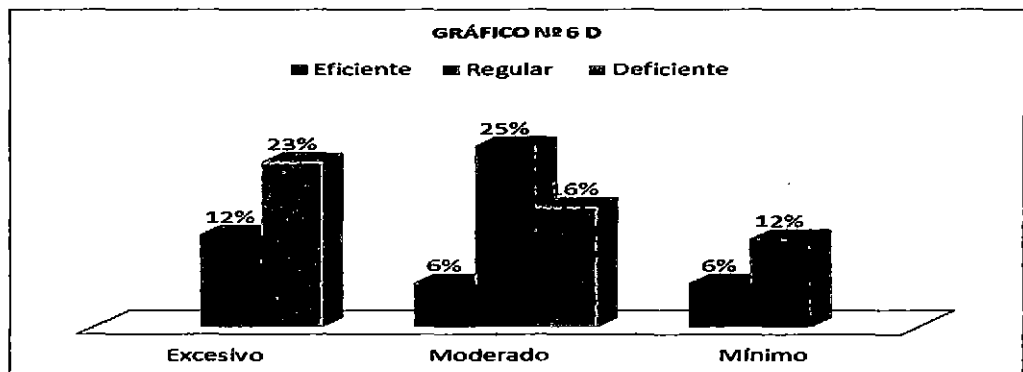
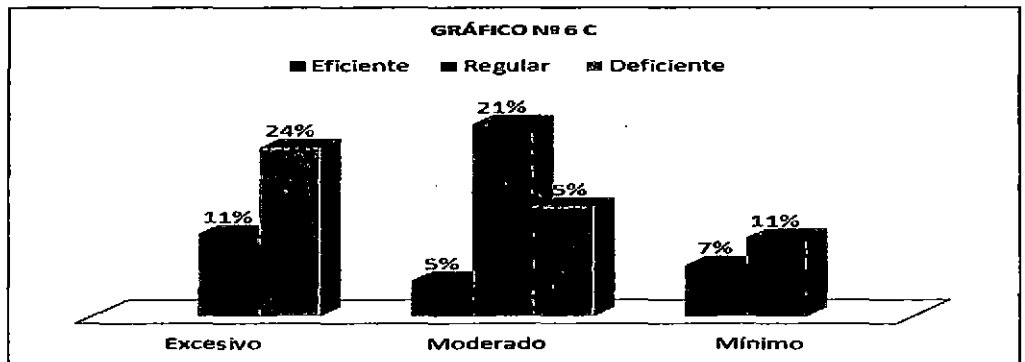
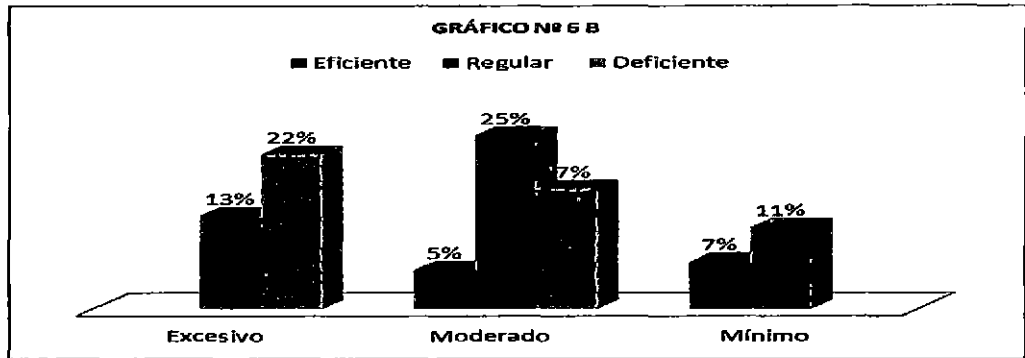
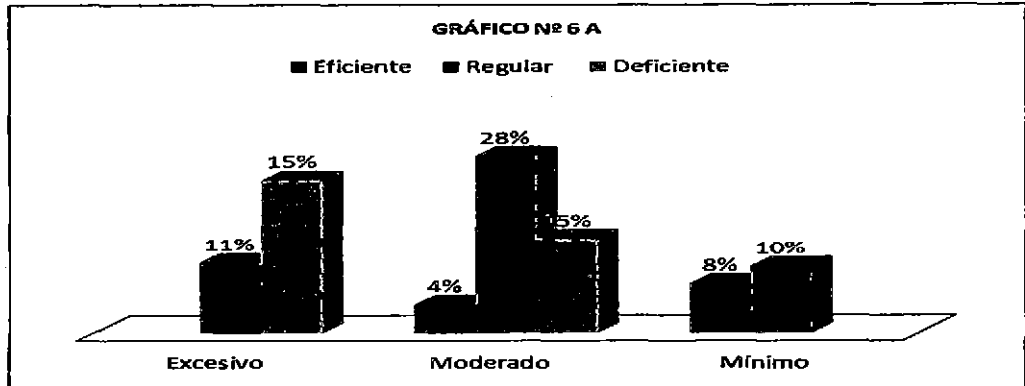
DIMENSIONES DEL DESEMPEÑO ACADÉMICO		CONSUMO DE TELEVISIÓN						TOTAL	
		Excesivo		Moderado		Mínimo			
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Nivel de aprendizaje	Eficiente	--	--	08	4	14	8	22	12
	Regular	20	11	51	28	19	10	90	49
	Deficiente	44	24	27	15	--	--	71	39
TOTAL		64	35	86	47	33	18	183	100
Habilidad cognitiva	Eficiente	--	--	10	5	12	7	22	12
	Regular	24	13	45	25	21	11	90	49
	Deficiente	40	22	31	17	--	--	71	39
TOTAL		64	35	86	47	33	18	183	100
Inteligencia emocional	Eficiente	--	--	09	5	13	7	22	12
	Regular	21	11	49	27	20	11	90	49
	Deficiente	43	24	28	15	--	--	71	39
TOTAL		64	35	86	47	33	18	183	100
Rendimiento académico	Eficiente	--	--	11	6	11	6	22	12
	Regular	23	12	45	25	22	12	90	49
	Deficiente	41	23	30	16	--	--	71	39
TOTAL		64	35	86	47	33	18	183	100

FUENTE: Ficha de recolección de datos.

DESEMPEÑO ACADÉMICO	χ^2_c	χ^2_t	GL	ρ
Nivel de aprendizaje	68.86	9.49	4	< 0.05
Habilidad cognitiva	49.56	9.49	4	< 0.05
Inteligencia emocional	60.82	9.49	4	< 0.05
Rendimiento académico	48.38	9.49	4	< 0.05

GRÁFICO Nº 06

DESEMPEÑO ACADÉMICO RELACIONADO AL CONSUMO DE TELEVISIÓN EN ESTUDIANTES DE LA EFP DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



En el Cuadro N° 08, se observa que del 35% de estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación con consumo de televisión excesivo; el mayor porcentaje expresa desempeño académico deficiente, en los siguientes aspectos: nivel de aprendizaje (24%), habilidad cognitiva (22%), inteligencia emocional (24%) y rendimiento académico (23%).

Se ha comentado en muchas ocasiones de lo perjudicial que resulta que los estudiantes vean demasiadas horas de televisión, se ha dicho que era una de las principales causas del deficiente desempeño académico, una realidad que cada vez se incrementa y el problema es que no se hace nada. Estudios múltiples lo denuncia, no se toman medidas para reducir el tiempo de exposición a la televisión de jóvenes, además muestran que es más dañina de lo que se pensaba, un análisis publicado en la revista *Biologist* que reúne 35 estudios científicos, sugiere que la televisión puede desarrollar hasta quince efectos negativos en las personas, entre ellos el autismo; se inhibe la producción de melatonina; la hormona que regula nuestro reloj biológico, afecta al sistema inmune y el bajo rendimiento académico.

En conclusión, la significancia de la prueba estadística no paramétrica del Chi cuadrado ($P < 0.05$) determina que todas las dimensiones del desempeño académico se relacionan directamente con el consumo de televisión por parte de los estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación.

3.2. DISCUSIÓN

Con los resultados de esta investigación se ha comprobado que el consumo de televisión influye directamente en el desempeño académico de los estudiantes en la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de "San Cristóbal" de Huamanga.

En la actualidad, es fácil visualizar que la gran mayoría de familias tienen un televisor en casa y por consiguiente existe una gran mayoría de jóvenes que están expuestos a la televisión y sus influencias, ya sean positivas o negativas.

Debido a la gran importancia que ha adquirido y sobre todo a la influencia que innegablemente incita, en los ámbitos personales, familiares, sociales y hasta educativos, la televisión, resulta de gran necesidad de investigar y conocer en qué medida se da la influencia en la conducta del adolescente y de qué forma se puede aprovechar en beneficio de su aprendizaje.

La televisión, como medio masivo, posee características fundamentales, por medio de los cuales recibimos muchos programas, que aportan y que no aportan a nuestras vidas; existen los programas culturales que son buenos, pero una parte importante de los estudiantes universitarios y sobre todo el público juvenil, no lo dan importancia.

El alto número de horas diarias dedicadas a la televisión sin la adecuada supervisión adulta y la falta de comunicación con su medio social, es decir, padres, familiares y profesores de los estudiantes lo cual permite que dichos alumnos imiten hábitos y costumbres exhibidos en la televisión y consideren como modelos a seguir a personajes televisivos de series o programas de moda.

La televisión, como medio de comunicación, ha sido la causa de muchas y persistentes críticas, desde el momento de su aparición; las cuales, las más reiteradas están referidas a su programación, la que se podría calificar, por muchos y en su mayoría como mediocre. Este aspecto podría considerarse como una influencia negativa para el telespectador y, sobre todo para el estudiante que aún no tiene el necesario juicio como para poder comprender y analizar los programas que emiten los canales de televisión.

La televisión es un vehículo de control. Es el símbolo de la cultura de masas, esta cultura se convierte en incultura cada vez mayor para aumentar su aceptación entre el público, que no tiene otras opciones mejores, y se hace dócil, deja de pensar.

La televisión ha favorecido el consumismo. La sociedad de consumo se ha visto respaldada por el auge de la televisión y la ingente cantidad de horas que una persona dedica a estar frente a la pantalla, más de tres horas de media. La abundancia de bienes materiales puestos por

primera vez a disposición de todos los ciudadanos concordaba con la posibilidad de éstos de adquirirlos y de disfrutarlos.

El consumismo es estimulado por la publicidad que aparece en televisión y satisface la pasión compradora del individuo, al tiempo que le proporciona seguridad en sí mismo y le permite repetir los actos de elección.

Cada vez más, se dedica mayor porcentaje de tiempo a la interacción con la televisión. Este porcentaje es mayor en estudiantes de pregrado, que, en su mayoría dedican menos tiempo a la lectura, se interesan poco por las materias escolares, ven mucho la televisión, utilizan videojuegos, etc. Son muchos los estudios que han arrojado datos que demuestran que el abuso de soportes audiovisuales configura un estilo de aprendizaje pasivo, lo que motiva que los estudiantes sean menos creativos e imaginativos e, incluso, muchos pierdan la curiosidad por aprender.

Los estudiantes que ingresan al nivel superior universitario revelan una serie de deficiencias académicas y de formación de hábitos de estudio, que derivan en lo que hemos llamado áreas deficitarias del conocimiento que además de retrasar el proceso de formación académica, constituyen un obstáculo para el desarrollo personal del futuro profesional. En apariencia, se puede detectar una diferencia entre el estudiante que proviene de instituciones educativas del sector

privado y los estudiantes que proceden del sector oficial. Aquellos tienden a ser más receptivos; los otros, tienen mayores problemas para ubicarse dentro del proceso de aprendizaje que exige mayor esfuerzo intelectual.

CONCLUSIONES

1. El mayor índice porcentual de los estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, hacen un consumo de televisión de manera moderada (47%) y excesiva (35%).
2. Los estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación, tienen preferencia por los programas de ficción, espectáculos, farándulas y deportes, por ser programas de mayor sintonía popular.
3. El 39% de los estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación, expresan un deficiente desempeño académico, por estar inmersos, sin control alguno, al consumo de televisión.

4. La significancia de la prueba estadística no paramétrica del Chi cuadrado ($P < 0.05$) determina que el consumo de televisión influye directamente en el desempeño académico de los estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación.

5. Todas las dimensiones del consumo de televisión se asocian directamente con el desempeño académico de los estudiantes en la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación. Del 39% de estudiantes con deficiente desempeño académico; el mayor porcentaje hace consumo de televisión de manera excesiva, debido a los siguientes aspectos: por costumbre social (23%), por influencia familiar (24%), por diversión personal (25%) y por innovación cultural (26%).

6. Todas las dimensiones del desempeño académico se relacionan directamente con el consumo de televisión por parte de los estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación. Del 35% de estudiantes con excesivo consumo de televisión; el mayor porcentaje expresa desempeño académico deficiente, en los siguientes aspectos: nivel de aprendizaje (24%), habilidad cognitiva (22%), inteligencia emocional (24%) y rendimiento académico (23%).

SUGERENCIAS

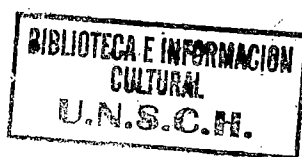
1. A los medios de comunicación social, emitir y difundir, con prioridad, programas educativos que coadyuven en la formación sociocultural de los estudiantes universitarios.
2. A las entidades educativas superiores de la región, socializar con los medios de comunicación social para crear programas culturales que permitan mejorar la calidad educativa de los estudiantes universitarios.
2. A los docentes del nivel superior, sensibilizar en los estudiantes el uso adecuado de los medios de comunicación, para limitar el uso excesivo de las mismas y dedicarse al trabajo intelectual.
4. A los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, deben tener mayor disposición al estudio y limitar el tiempo para el consumo de la televisión.

BIBLIOGRAFÍA

1. ALMARCHA, Susana. (2000). *“La Televisión en la Zona Urbana de España”*. En: Tesis Doctoral. España: Universidad de Navarra.
2. ÁLVARO, M. (1990). *Hacia un modelo causal del Desempeño Académico*. España: CIDE.
3. CABALLERO, Alejandro. (1990). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima: ETC.
4. CABANILLAS, Gualberto. (1985). *“La influencia alienante de la televisión”*. En: Resumen de Ponencia. Lima: VI Congreso Nacional del Hombre y la Cultura Andina.
5. CEREZO, Julio. (1990). *“La Revolución de la Prensa Digital”*. En: Cuadernos de Comunicación Evoca. España: Comunicación e Imagen.
6. CRISÓLOGO, Aurelio. (1994). *Investigación Científica*. Lima: Abedul.
7. DEL ÁGUILA, José. (1982). *Técnicas de Investigación*. Lima: SP y E.
8. DÍAZ, Nancy. (2010). *La Televisión: Uso y Abuso*. Argentina: UNCA.
9. FERRES, Jorge. (2004). *“Efectos Negativos de la Televisión”*. En: Revista Pedagógica. Junín: UCP.
10. FUENTES, Raúl. (2000). *Educación y Telemática*. Argentina: Croquis.

11. GARCIA, María. (2000). *“Valores Prosociales de la Programación Televisiva y recepción Activa en alumnos de la Escuela A.P. de Educación de la Universidad Mayor de San Marcos”*. En: Tesis. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
12. GAVILÁN, Teresa. (2008). *Investigación Pedagógica*. Cuba: CCP.
13. HERNÁNDEZ, Roberto - FERNÁNDEZ, Carlos y Otros. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
14. HOFFMAN, L. (2007). *Televisión: Cultura y Sociedad*. España: Ciencia y Comunicación
15. LÓPEZ, Raúl. (2008). *Desempeño Académico del Estudiante Universitario*. Colombia: Horizonte.
16. MEZA, Walter. (2008). *El Medio no es el Fin*. Lima: PRUBISEL SA.
17. NELSON, John. (2006). *“La Televisión y sus efectos en la Educación Universitaria”*. En: Tesis Doctoral. España: Universidad de Oviedo.
18. OROZCO, Guillermo. (2001). *Televisión, Audiencia y Educación*. Colombia: Norma.
19. PEDROZA, Celina y JUSCAMAITA, Luci. (1998). *“Influencia de la Televisión en el Rendimiento Escolar de los PAGPA”*. En: Tesis. Ayacucho: Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga.
20. PINEDA, Elia. (1997). *Metodología de la Investigación*. EE.UU: OPS.
21. PONCE, Humberto. (2001). *Imágenes críticas de la Televisión Actual Peruana*. Lima: CLEVIGRAF S.R.L.
22. RICE, Fabiola. (2008). *“La Televisión Nacional y su incidencia en los estudiantes de Veracruz”*. En: Tesis de Pre-Grado. México: Universidad Veracruzana.
23. RODRÍGUEZ, Federico. (2007) *Los Peligros de la Televisión*. Colombia: Continente.
24. SÁNCHEZ, Fernando. (2006). *Universidad y Desempeño Académico*. México: Descubriendo.
25. SARTORI, Giovanni. (1997). *Homo Videns. La Sociedad Teledirigida*. España: Santillana S.A.
26. SPELUCÍN, Clotilde. (2000). *Didáctica General*. Lima: CECCPUE.

27. UNESCO. (2010). *“Televisión: Espectáculo y Educación”*. En: Boletín Informativo. Estados Unidos: UNEVOC.
28. URIBE, Paúl y BENAVIDES, Elsa. (2005) *La Televisión: Efectos del Bien y del Mal*. España: Paidós
29. VILLAR, Jesús. (2010). *La Cultura en Juego*. España: Santillana.
30. ZAVALA, Abel. (1999). *Proyecto de Investigación Científica*. Lima: San Marcos.



ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

EL CONSUMO DE TELEVISIÓN Y EL DESEMPEÑO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE "SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA" - AYACUCHO, 2010.

PROBLEMA	OBJETIVOS	MARCO TEORICO	HIPÓTESIS	VARIABLES	POBLACION Y MUESTRA	METODOLOGIA
<p>GENERAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿De qué manera el consumo de televisión influye en el desempeño académico de los estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional de "San Cristóbal de Huamanga" - Ayacucho, 2010? <p>ESPECIFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son los factores que motivan a los estudiantes universitarios a ser consumidores de televisión? • ¿Qué programas televisivos son los que mayormente impactan a los estudiantes universitarios? • ¿Qué grado de asociación existe entre consumo de televisión y desempeño académico? 	<p>GENERAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprender la manera como el consumo de televisión influye en el desempeño académico de los estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional de "San Cristóbal de Huamanga" - Ayacucho, 2010. <p>ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar los factores que motivan a los estudiantes universitarios a ser consumidores de televisión. • Determinar los programas televisivos que más impactan a los estudiantes universitarios. • Establecer el grado de Asociación entre consumo de televisión y desempeño académico. 	<p>El presente trabajo de investigación científica se fundamenta en las siguientes bases teóricas: La televisión, generalidad, roles, educación y televisión y valores, efectos de la televisión. Desempeño académico, características generalidades</p>	<p>GENERAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • El consumo excesivo de televisión influye en el desempeño académico de los estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional de "San Cristóbal de Huamanga" - Ayacucho, 2010. <p>ESPECIFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • El Inadecuado hábito de estudio y dedicación al tiempo libre son factores que motivan a los estudiantes universitarios a ser consumidores de televisión. • Los programas televisivos educativos, culturales, noticieros son los que más impactan a los estudiantes universitarios. • El consumo de televisión se asocia directamente con el desempeño académico de los estudiantes universitarios. 	<p>INDEPENDIENTE</p> <p>Consumo de televisión</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Número de horas - Tipo de Programa - Contenido de programa - Mensaje de programa <p>DEPENDIENTE</p> <p>Desempeño académico</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Capacidad Académica -Hábitos de estudio -Planificación del tiempo -Trabajos y exámenes -Motivación 	<p>POBLACIÓN</p> <p>Constituido por 300 estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga</p> <p>MUESTRA</p> <p>Constituido por 183 estudiantes, serie 100 y 200 de la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga</p>	<p>TIPO DE ESTUDIO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Enfoque mixto <p>TIPO DE INVESTIGACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> - Descriptiva - Explicativa <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> - Descriptivo <p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diseño no experimental transeccional descriptivo <p>MÉTODO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inductivo - Deductivo - Estadístico <p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS</p> <p>Técnicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Encuestas -Entrevista -Observación <p>Instrumentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuestionario para estudiantes - Guía de entrevista - Acta de Evaluación <p>PROCESAMIENTOS DE DATOS</p> <p>Prueba de validez del instrumento a través de juicio de expertos. Análisis e interpretación de datos con la ayuda del Programa SPSS. Prueba de hipótesis a través del Chi cuadrado.</p>



FICHA DE ENCUESTA

INSTRUCCIONES:

Estimado (a) estudiante solicito a Ud. A fin de completar los espacios vacíos que se alinean en algunas interrogantes y asimismo marcar con un equis (x) en el paréntesis de cada respuesta que crea por conveniente. Su valioso aporte permitirá concretizar el trabajo de investigación titulado: *EL CONSUMO DE TELEVISIÓN Y EL DESEMPEÑO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA DE FORMACION PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE "SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA" - AYACUCHO, 2010.*

I. DATOS GENERALES

Edad:..... Sexo: Femenino () Masculino ()
Procedencia: Rural () Urbana () Peri-urbana () Serie:.....

II. DATOS ESPECIFICOS

CONSUMO DE TELEVISIÓN

1. Por lo general ¿Cuántas horas ves la televisión por día?
Menos 1 hora () Promedio de 2 Horas () Mas de 2 Horas ()
Sí es más de dos horas, cuántas:

2. Por qué te gusta ver la televisión

3. El televisor que usas para ver un programa es:
Personal () Familiar () Vecinal ()

4. Habitualmente ves televisión en las:
Mañanas () Tardes () Noches ()

5. Qué programa televisivo llama más tu atención:
Cultural () Espectáculo () Deportivo ()
Farándula () Ficción () Noticieros ()

6. ¿Por qué te gusta ver ese tipo de programa?

7. Miras televisión por costumbre: Sí () No () A veces ()
Menos 1 hora () Promedio de 2 Horas () Mas de 2 Horas ()

8. Miras televisión por influencia familiar: Sí () No () A veces ()
Menos 1 hora () Promedio de 2 Horas () Mas de 2 Horas ()

9. Miras televisión por diversión personal: Sí () No () A veces ()
 Menos 1 hora () Promedio de 2 Horas () Mas de 2 Horas ()
10. Miras televisión por innovación cultural: Sí () No () A veces ()
 Menos 1 hora () Promedio de 2 Horas () Mas de 2 Horas ()
11. ¿Los contenidos de programas televisivos favorecen tu formación académica?
 Sí () No () A veces ()

¿Por qué? _____

12. ¿Qué aspectos positivos te ofrece la televisión?

13. ¿Qué aspectos negativos te ofrece la televisión?

DESEMPEÑO ACADÉMICO

14. ¿Cómo es tu desempeño académico en la universidad?
 Eficiente () Regular () Deficiente ()
15. ¿Estudias viendo Televisión? Sí () No () A veces ()
16. ¿Dejas con frecuencia tus deberes académicos por ver televisión?
 Sí () No () A veces ()
17. ¿Qué haces con frecuencia cuando tienes un trabajo académico en la universidad?

18. ¿Qué haces mayormente cuando tienes exámenes en la universidad?

19. ¿Te consideras uno de los mejores de tu clase? Sí () No () A veces ()
20. ¿Desapruebas asignatura en todos los semestres? Sí () No () A veces ()
21. ¿Apruebas con facilidad las asignaturas? Sí () No () A veces ()
22. ¿Tienes buen hábito de estudio? Sí () No () A veces ()
23. ¿Eres un de los que aprueba con buenas notas? Sí () No () A veces ()

Ayacucho, Marzo de 2010



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA
ESCUELA DE POST GRADO
SECCION DE POSTGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
MAESTRÍA EN DOCENCIA UNIVERSITARIA

GUÍA DE ENTREVISTA

INSTRUCCIONES: Estimado (a) estudiante solicito a Ud. A fin de completar los espacios vacíos que se linean en algunas interrogantes Su valioso aporte permitirá concretiza el trabajo de investigación titulado: **EL CONSUMO DE TELEVISIÓN Y EL DESEMPEÑO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA DE FORMACION PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE "SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA" - AYACUCHO, 2010.**

1. ¿Cuántas horas te dedicas a ver televisión? ¿Por qué?

2. ¿Crees que los programas televisivos del Perú son educativos? ¿Por qué?

3. ¿Qué programas de la televisión nacional consideras que son educativos? ¿Por qué?

4. ¿Crees que los contenidos de los programas que ves ayuda en tu desarrollo personal y social?

5. ¿Los mensajes de los programas televisivos que ves te ayudan en tu desempeño académico?

6. ¿Crees que la televisión influye en tus actividades académicas? ¿Por qué?

7. ¿Cómo evalúas tu desempeño académico en la universidad? ¿Por qué?

8. ¿Qué factores influyen en tu aprendizaje?

Ayacucho, Marzo de 2010



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA
ESCUELA DE POST GRADO
SECCION DE POSTGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
MAESTRÍA EN DOCENCIA UNIVERSITARIA

GUÍA DE OBSERVACIÓN

INSTRUCCIONES: Señor padre de familia, suplico a su persona anotar en los espacios en blanco acerca de la actitud de su hijo(a) universitario (a) en relación a la televisión y sus estudios. Su valioso aporte permitirá concretiza el trabajo de investigación titulado: **EL CONSUMO DE TELEVISIÓN Y EL DESEMPEÑO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA DE FORMACION PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE "SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA" - AYACUCHO, 2010.**

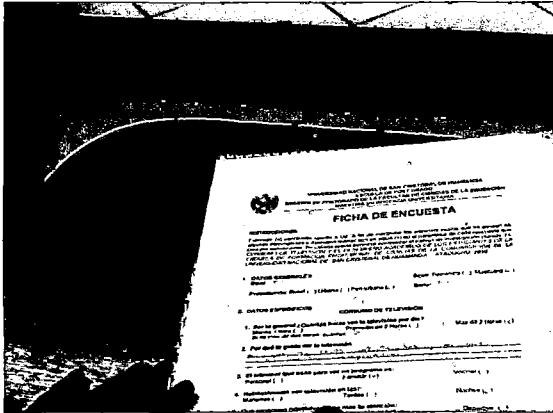
CONSUMO DE TELEVISIÓN

Día	Programas que ve	Horas de Duración	Por la Mañana	Por la Tarde	Por la Noche	Con quien mira
Lunes						
Martes						
Miércoles						
Jueves						
Viernes						
Sábado						
Domingo						

ACTIVIDAD ACADÉMICA

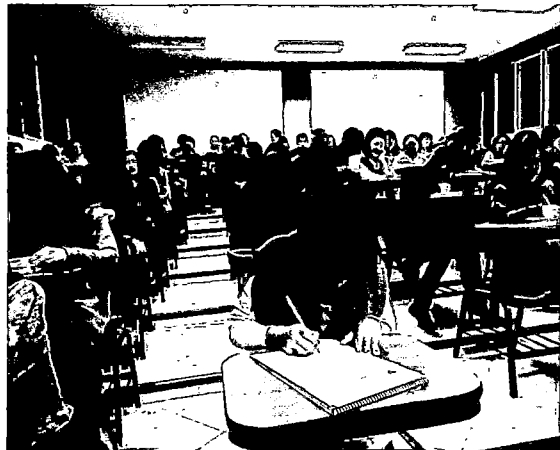
Día	Lugar de estudio	Horas de estudio	Por la Mañana	Por la Tarde	Por la Noche	Con quien estudia
Lunes						
Martes						
Miércoles						
Jueves						
Viernes						
Sábado						
Domingo						

SESIÓN DE FOTOS N° 1



EJEMPLAR DEL INSTRUMENTO DE PRUEBA APLICADO A ESTUDIANTES DE LA MUESTRA.

ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA SERIE LA 100, DANDO RESPUESTA A LA FICHA DE ENCUESTA.



ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA SERIE LA 200 DANDO RESPUESTA A LA FICHA DE ENCUESTA.

SESIÓN DE FOTOS N° 2



ESTUDIANTE DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA SERIE LA 200, DANDO RESPUESTA A LA GUÍA DE ENTREVISTA.



ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA SERIE LA 100, DANDO RESPUESTA A LA GUÍA DE ENTREVISTA.



MADRE DE FAMILIA HACIENDO ENTREGA DE LA GUÍA DE OBSERVACIÓN.

RESUMEN POR SERIES EN ORDEN DE MERITOS DE RENDIMIENTO ACADÉMICO SEMESTRAL (Regular) SEMESTRE : 2011-I
 SERIE : 100

Escuela Profesional de : CIENCIAS DE LA COMUNICACION

12/07/2013

No.	CODIGO	APELLIDOS Y NOMBRES	(VACAC)			(REGULAR)			CON (EXDN.)			(APLAZ)			(UNIC.)			(PRAC.)			(CREDITOS)			IND. ACAD.
			1	3	4	1	2	3	4	C	1	3	4	1	3	4	1	3	4	1	2	3	4	
001	23105559	HERRERA CONDE, Fiorela				19	19													19	19		14.42	
002	23110707	BRICEÑO BARRIENTOS, Cadenia				21	21													21	21		14.38	
003	23110488	CUBA CHAUPIN, Miriam				21	21													21	21		13.95	
004	23115629	LIMACO ROJAS, Jessenia Judith				21	21													21	21		13.76	
005	23105534	HUÑEZ GALINDO, Sandy				20	20													20	20		13.55	
006	23105621	LOZANO SULCA, Susy				16	16				04	04								20	20		13.50	
007	23115549	PEREZ MARTINEZ, Lis Yanett				21	21													21	21		13.49	
008	23105916	TORO VELARDE, Juan Carlos				19	19													19	19		13.42	
009	23110738	DE LA CRUZ DE LA CRUZ, Jimmy Anderson				21	21													21	21		13.38	
010	23116084	MACOTE ANCHAYHUA, Simeon Elói				17	17				04	04								21	21		13.33	
011	23105687	ASTO SULCA, Faustino Angel				20	20													20	20		13.25	
012	23110398	LOPEZ LLACTAHUAMAN, Marcelino				21	20	01												21	20	01	13.19	
013	23105616	CANCHARI BERNA, Jhon Cristhian				15	15				07	07								22	22		13.18	
014	23115553	MENDEZ TARGUI, Hitler Maradona				17	17				04	04								21	21		13.14	
015	23115974	GOMEZ SANCHEZ, Sabina				21	20	01												21	20	01	13.05	
016	23116133	DIAZ LEON, Wendy Nichol				17	17				04	04								21	21		13.05	
017	23110408	ASCARZA SILVA, Erika Lucy				17	17				04	04								21	21		13.05	
018	23110286	SANTILLANA ANDIA, Milagros Dianella				21	21													21	21		13.00	
019	23110301	MENDEZ JANAMPA, Merlyn Mayumi				17	17				04	04								21	21		13.00	
020	23100412	DUERAS VARGO, Jonatan				18	18													18	18		12.83	
021	23105493	MENDOZA ALARCON, Anthony Mayson				18	18				04	04								22	18	04	12.82	
022	23115608	COELLO HUAMAN, Mabel Rocio				17	17				04	04								21	21		12.81	
023	23100512	CONTRERAS QUISPE, Jeymalin Jamiry				12	12				08	04	04							20	16	04	12.80	
024	23110427	PALOMINO PARIONA, Daysce Jhuly				17	17				04	04								21	21		12.76	
025	23115514	COMEDIANO BENITES, Raisha Hillary				17	17				04	04								21	21		12.76	
026	23100136	TACO ALVITES, Ronald				22	22													22	22		12.68	
027	23116274	MALLQUI GARCIA, Kim Lady				13	13				08	04	04							21	17	04	12.67	
028	23110460	BARRIENTOS GARAY, Alberto Saul				21	21													21	21		12.67	
029	23115604	TINOCO RIVAS, Van Jhon				15	15				06	06								21	21		12.62	
030	23115590	QUISPE QUISPE, Yessenia				13	13				08	08								21	21		12.62	
031	23110393	QUINTANA CORDERO, Pamela				21	21													21	21		12.62	
032	23110498	GARAMENDI HINDSTROZA, Victor Raul				13	13				08	08								21	21		12.57	
033	23110772	ROMERO AVALOS, Coribel Maria				21	21													21	21		12.52	
034	23105563	JANAMPA QUISPE, Oscar Jesús				22	22													22	22		12.50	
035	23110312	CONTRERAS MEJIA, Noemi				17	17				04	04								21	21		12.48	
036	23116156	LOZANO RIVERA, Rudy Michael				17	17				04	04								21	21		12.43	
037	23115735	LAPA EPORE, Luis Miguel				17	17				04	04								21	17	04	12.43	
038	23110646	SALVADOR HUANCACHUARI, Mirian				21	21													21	21		12.38	
039	23115613	PILLACA HUACCACHI, Juan Carlos				17	17				04	04								21	21		12.38	
040	23110394	HALDONADO VENTURA, Williams				17	17				04	04								21	17	04	12.38	
041	23100633	CHAVEZ ESPINOZA, Chany Edhit				22	22													22	22		12.36	
042	23115540	LOZANO ATAO, Luz Nancy				17	17				04	04								21	17	04	12.29	
043	23115659	GALLO DURAND, Marianela Karina				21	21													21	21		12.29	
044	23105576	ROJAS PALOMINO, Lida Amad				19	15	04			03	03								22	18	04	12.27	
045	23105454	QUISPE FLORES, Ruth Nancy				22	22													22	22		12.27	
046	23110476	LIMACO PERALTA, Emperatriz				17	17				04	04								21	17	04	12.24	
047	23105547	TENDRIO HINGSTROZA, Dalía Edith				17	17				03	03								20	20		12.20	
048	23110382	VENTURA CISNEROS, Maricela Doris				17	17				04	04								21	17	04	12.19	
049	23110561	AVILES GOMEZ, Marilyn Daphne				21	21													21	21		12.19	
050	23115537	RODRIGUEZ YARANGA, Sarit				21	21													21	21		12.14	

RESUMEN POR SERIES EN ORDEN DE MERITOS DE RENDIMIENTO ACADEMICO SEMESTRAL (Regular) SEMESTRE : 2011-I
 SERIE : 100

Escuela Profesional de : CIENCIAS DE LA COMUNICACION

12/07/2013

No.	CODIGO	APELLIDOS Y NOMBRES	(VACAC)			(REGULAR)			CON (EXON.)			(APLAZ)			(UMIC.)			(PRAC.)			(CREDITOS)			IND. ACAD.
			1	3	4	1	2	3	4	C	1	3	4	1	3	4	1	3	4	1	2	3	4	
051	23115559	LAZON RAMOS, Flor De Maria				13		13				08	04	04							21	17	04	12.14
052	23115637	VELARDE CORDOVA, Edna Erika				17		16	01			04	04								21	20	01	12.10
053	23115534	NOA ALFARO, Flor Rocio				17		17				04		04							21	17	04	12.10
054	23116258	TRISTAN QUISPE, Edgar Raul				21		21													21	21		12.05
055	23110375	ROJAS TINCO, Luz Marina				17		17				04		04							21	17	04	12.00
056	23105475	PALOMINO HUICHO, Karina Mildred				12		12				93		03							15	12	03	12.00
057	23115620	HUACHACA TELLO, Erika Roxana				17		17				04		04							21	17	04	12.00
058	23110497	CUETO JARA, Carlos Franco				17		17				04		04							21	21		12.00
059	23115611	MENDOZA BABILON, Paty Alexandrina				21		17	04												21	17	04	11.95
060	23105482	ASCONA ORTIZ, Yhourch Jhemry				18		18				04		04							22	22		11.95
061	23110419	BARRIAL LUJAN, Emiliano				17		17				04		04							21	21		11.90
062	23100134	TELLO BAUTISTA, Willian				17		17				03		03							20	20		11.85
063	23110417	QUISPE CORONADO, Lucero Yessenia				21		21													21	21		11.81
064	23110447	JANAMPA CALDERON, Myriam				17		17				04		04							21	17	04	11.81
065	23100186	FERNANDEZ SOSA, Eduarda Mariela	04	04		18		18				04		04							26	22	04	11.77
066	23115614	ROMERO AVALOS, Dayana Maria				21		21													21	21		11.76
067	23110522	BARCIA LUJAN, Jaime				13		13				08		08							21	21		11.76
068	23115521	CHACCHI SULCA, Jesus Alberto				13		13				08		08							21	21		11.76
069	23110336	BEDRIWANA CANGANA, Jhenyflor Jhessenia	04	04		13		13				08		04	04						25	21	04	11.76
070	23115587	GONZALES CHILLCCE, Del Rio Core				17		17				04		04							21	17	04	11.67
071	23105090	FERNANDEZ MELGAR, Edgar				10		07	03			11		04	07						21	11	10	11.67
072	23110322	ARGUEDO FLORES, Tediny Feliko				17		13	04			04		04							21	17	04	11.67
073	23115564	HUARACA PUMAPILLO, Daniel				17		17				04		04							21	17	04	11.57
074	23116107	CARDENAS PEREZ, Leonardo Juval	04	04		17		13	04			04		04							25	17	08	11.56
075	23105518	QUISPE VEGA, Alex Walter				11		11				11		04	07						22	15	07	11.55
076	23105635	MENDIETA DIAZ, Elvin				22		19	03												22	19	03	11.50
077	23115800	PUMAHUACRE HUARANCCA, Katherine Melissa				17		17				04		04							21	17	04	11.48
078	23111025	AGUERO CENHUA, Jhoselin Juliet				14		13	01			07		07							21	20	01	11.43
079	23105656	MENDEZ ANGULO, Teobaldo				20		13	07												20	13	07	11.40
080	23110390	LLATA CUBA, Miguel Enrique	04	04		17		17				04		04							25	21	04	11.40
081	23110471	SALVATIERRA YARANGA, Carina				13		13				08		04	04						21	17	04	11.38
082	23115524	HUAMANCURI QUICHCA, Susan				13		13				08		04	04						21	17	04	11.33
083	23110723	QUISPE ORE, Yetselina				13		13				08		08							21	13	08	11.29
084	23110637	PALOMINO JACINTO, Yomer Ademir				17		13	04			04		04							21	13	08	11.29
085	23115627	PALOMINO CONDE, Nely				17		17				04		04							21	17	04	11.29
086	23110405	MUNEZ REJAS, Edgar				14		10	04			07		07							21	17	04	11.29
087	23095514	BARBOZA GAVILAN, Denis Gerardo				19		12	07												19	12	07	11.26
088	23110279	ROCA PILLACA, Milton				21		17	04												21	17	04	11.24
089	23110350	QUISPE CHOQUECAMUA, Herlinda Rocio				13		13				08		08							21	13	08	11.19
090	23115568	BAUTISTA FLORES, Cesar				13		12	01			08		08							21	12	09	11.14
091	23115672	CONDE CARRION, Jhanett				13		13				08		08							21	13	08	11.10
092	23105500	CERVANTES BARRIENTOS, Jean Paul				13		13				09		03	06						22	16	06	11.05
093	23110346	CORDERO GUILLEN, Max Kevin				17		17				04		04							21	17	04	10.81
094	23115563	QUISPE LOPEZ, Joni				17		17				04		04							21	17	04	10.76
095	23105498	SULCA ILLACONZA, Bettza Lizbeth				12		08	04			07		07							19	08	11	10.68
096	23115526	HUASHUAYO PEREZ, Jose Gumerindo				13		12	01			08		08							21	12	09	10.62
097	23105477	FERNANDEZ MINA, Hilda				20		13	07												20	13	07	10.60
098	23095130	IZARRA JUSCAMAITA, Nelly Yurney				13		10	03												13	10	03	10.54
099	23110420	AUCCATOMA INFANZON, Milton Fredy				13		13				08		08							21	13	08	10.48
100	23110929	RAFAELE CUCHO, Efrin				17		13	04			04		04							21	13	08	10.43

RESUMEN POR SERIES EN ORDEN DE MERITOS DE RENDIMIENTO ACADEMICO SEMESTRAL (Regular) SEMESTRE : 2011-I
 SERIE : 100

Escuela Profesional de : CIENCIAS DE LA COMUNICACION

12/07/2013

No.	CODIGO	APELLIDOS Y NOMBRES	(VACAC)			(REGULAR)			CON (EXON.)			(APLAZ)			(UNIC.)			(PRAC.)			(CREDITOS)			IND. ACAD.
			1	3	4	1	2	3	4	C	1	3	4	1	3	4	1	3	4	1	2	3	4	
101	23100439	CARDENAS CASTILLO, Diego Sebastian				15	15					04	04								19	15	04	10.37
102	23115599	QUISPE HINOSTROZA, Aquiles Rafael				13	13					08	08								21	13	08	10.24
103	23105531	INTIQUILLA PAQUIYAUARI, Alfredo				15	13	02				03	03								18	13	05	10.22
104	23115593	CENHUA MARTINEZ, Richard Juan De Dios				17	13	04				04	04								21	13	08	10.14
105	23110815	LLANTOY ARONI, Elisario				17	13	04				04	04								21	13	08	10.10
106	23110365	PEREZ COORAHUA, Pavel Zandbio				14	10	04				07	07								21	10	11	10.05
107	23071564	GOMEZ DE LA CRUZ, Elizabeth				03															03			10.00
108	23110988	VEGA DELGADO, Dony Braigan				21	14	07													21	14	07	09.52
109	23115623	SERNA DUEÑAS, Antony Jhomar				17	13	04				04	04								21	13	08	09.38
110	23100391	QUISPE FLORES, Amelia				18	14	04				03	03								21	14	07	09.33
111	23110465	SULCA TARGADA, Redher				14	10	04				07	07								21	10	11	09.14
112	23115653	REVATE QUICARA, Ruddy				14	10	04				07	03	04							21	13	08	09.10
113	23085634	HUARANCCAY GUTIERREZ, Jean Alexander				14	10	04				04	04								18	10	08	08.89
114	23100492	HERRERA CARDENAS, Sarelid Zaid				10	06	04				09	02	07							19	08	11	08.84
115	23116124	YARCURI CAYAMPI, Dañi Federico				14	09	05				07	03	04							21	12	09	08.57
116	23105573	RIVEROS LAURENTE, Clever Fredy				13	13					08	08								21	13	08	08.48
117	23115565	VILA RUFLO, Baybi Ricardo				17	09	08				04	04								21	09	12	08.33
118	23100153	MALLQUI FERNANDEZ, David				11	07	04				06	06								17	07	10	08.00
119	23115622	ESPINOZA URRIBURU, Liz Meliza				21	03	18													21	03	18	06.67
120	23105414	CORDOVA RETAMIZO, Alejandro				19	04	15				03	03								22	04	18	06.27
121	23100168	ROJAS MENDOZA, Lorina				09		09				07	07								16		16	06.19
122	23100445	LOPE TAIPE, Walter				13	03	10													13	03	10	06.00
123	23071538	ATAUCUSI CHOQUECAHUA, Americo				15		15													15		15	00.00

(1) Matriculados (2) Desmatriculados (3) Aprobados (4) Desaprobados

RESUMEN POR SERIES EN ORDEN DE MERITOS DE RENDIMIENTO ACADEMICO SEMESTRAL (Regular) SEMESTRE : 2011-I
 SERIE : 200

Escuela Profesional de : CIENCIAS DE LA COMUNICACION

12/07/2013

No.	CODIGO	APELLIDOS Y NOMBRES	(VACAC)			(REGULAR)			(EXON.)			(APLAZ)			(UMIC.)			(PRAC.)			(CREDITOS)			IND. ACAD.
			1	3	4	1	2	3	4	0	1	3	4	1	3	4	1	3	4	1	2	3	4	
001	23115641	QUISPE MARTINEZ, Percy				20		20												20		20	16.25	
002	23105003	CISNEROS VEGA, Maria Cecibel				23		23												23		23	14.91	
003	23105517	CARDENAS CAMAYO, Sophia Katherine				23		23												23		23	14.83	
004	23105560	CHAVEZ VILLALVA, Arcely Elvia				22		22												22		22	14.68	
005	23100442	PANORA MARIN, Jorge Edgardo				19		19				03	03							22		22	14.59	
006	23105502	ZAGASTIZABAL DEL CASTILLO, Lucero Del Ca				22	02	20												22	02	20	14.45	
007	23100419	CHOQUEHUANCA HUAMAN, Hever				23		23												23		23	14.26	
008	23100070	ARANGO CERDA, Flor De Maria				20		20												20		20	14.20	
009	23105548	PABLO RAYMONDEZ, Jonathan				19		19					03	03						22		22	14.09	
010	23100449	BAUTISTA RAMOS, Ana				22		22												22		22	14.09	
011	23105683	OBREGON LEYVA, Cantuta Melina				23		23												23		23	13.97	
012	23105608	YUCRA GAVILAN, Melania Jayra				22		22												22		22	13.77	
013	23100525	QUISPE BAUTISTA, Nancy				20		20												20		20	13.70	
014	23105536	MOTA PALOMINO, Edith				18		18					04	04						22		22	13.64	
015	23100402	PALOMINO VEGA, Yanet Milagros				23		23												23		23	13.61	
016	23105549	QUISPE ALANVA, Karen Mariel				23		23												23		23	13.57	
017	23105618	CISNEROS RODRIGUEZ, Juan Diego				16		16					04	04						20		20	13.53	
018	23100651	SANBOA RUA, Aydee				16		16					04	04						20		20	13.40	
019	23100455	QUISPE HUAMANI, Sheyla Rocío				22		22												22		22	13.32	
020	23105550	ALARCON LOA, Rolando				22		22												22		22	13.27	
021	23105892	LICAS TIPE, Carmen Rosa				20		20												20		20	13.25	
022	23105499	QUISPE CAYLLANUA, Roxana				23		23												23		23	13.22	
023	23100416	CUADROS LAPA, Joseph Smith				20		20												20		20	13.15	
024	23105638	VASQUEZ LIMACO, Evelyn Lucero				23		23												23		23	13.13	
025	23105842	VALDEZ FABIAN, Isabela Katua				22		20	02											22		20	13.09	
026	23100192	SANCHEZ NAJARRO, Maritza				18		18												18		18	13.06	
027	23100421	VILCHEZ CRIOLLO, Jhoselin				23		23												23		23	13.04	
028	23100528	MENESES CORDOVA, Kevin Antony				17		17					03	03						20		20	12.95	
029	23100432	ALLCOA MINAS, Rosemary				17		17					03	03						20		20	12.90	
030	23105512	CISNEROS AYALA, Katherine				20		20												20		20	12.75	
031	23105521	SULCA ORBAYA, Marco Antonio				22		22												22		22	12.73	
032	23105558	QUISPE OLARTE, Liliana				23		23												23		23	12.61	
033	23105579	ROMANI AMARILLO, Betsy Rocío				19		19					03	03						22		19	12.55	
034	23103034	LEON OGOBI, Ivan Percy				14		14					06	06						20		20	12.55	
035	23105735	AYLAS VALENCIA, Cesar				15		15					07	04	03					22		19	12.50	
036	23105740	BARRIOS JANANPA, Elvis Christopher				11		11					11	11						22		22	12.41	
037	23041109	FERIA CALDERON, Julio Antonio				15		11	04											15		11	12.40	
038	23100141	SANTANA ARRIETA, Nilo Saser				17		17					03	03						20		17	12.35	
039	23100444	CUSA GALINDO, Walter				14		14					06	06						20		20	12.33	
040	23100441	RUIZ ARANGO, Cristina Madieshka				20		20												20		20	12.20	
041	23095535	TAIPE LAPA, Mizana Daysi				21		21												21		21	12.10	
042	23095597	PILLACA ATAUJE, Caris Fioralla				19		15	04				03	03						22		18	12.05	
043	23090128	LLOCCLA CORDADO, Gonzalo				22		19	03											22		19	11.86	
044	23105630	HUAMAN ALARCON, Daysi Diana				16		13	03				03	03						19		13	11.63	
045	23080322	DIAZ CASTRO, Joly Yesenia				13		13					08	04	04					21		17	11.48	
046	23095525	BERROCAL CRISOSTOMO, Marilu				21		18	03											21		18	11.38	
047	23095893	QUISPE CASTILLO, Silmardu				16		16					07	04	03					23		20	11.30	
048	23105451	CONTRERAS YUPANQUI, Rael				20		13	07											20		13	11.25	
049	23085586	CASTRO GOMEZ, Jonathan Luis				21		18	03				03	03						24		21	11.21	
050	23090439	PEREZ BUTIERREZ, Vanesa Isabel				22		16	06											22		16	11.09	

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTOBAL DE HUAMANGA
 Vicerrectorado Academico - Oficina de Informatica y Sistemas

RESUMEN POR SERIES EN ORDEN DE MERITOS DE RENDIMIENTO ACADENICO SEMESTRAL (Regular) SEMESTRE : 2011-I
 SERIE : 200

Escuela Profesional de : CIENCIAS DE LA COMUNICACION

12/07/2013

No.	CODIGO	APELLIDOS Y NOMBRES	(VACAC)				(REGULAR)				CON (EXON.)				(APLAZ)				(UNIC.)				(PRAC.)				(CREDITOS)				IND. ACAD.	
			1	3	4	1	2	3	4	C	1	3	4	1	3	4	1	3	4	1	3	4	1	3	4	1	2	3	4			
051	23095626	CLAUDIO BONZALES, Brunhela					19	02	10	07					03	03											22	02	13	07	10.95	
052	23105599	ESCALANTE CANCHARI, Lilibiana					22		12	10																	22		12	10	10.73	
053	23095529	ROJAS VARGAS, Karen Pamela					18		12	06					09	09											27		21	06	10.70	
054	23090453	LOPEZ ORE, Jhony Isaias					08		05	03					11	07	04										19		12	07	10.42	
055	23095515	LEIVA VEGA, Eduard					14		10	04		03	03		07	03	04										24		16	08	10.29	
056	23095046	FERNANDEZ SOSA, Eduardo					18		11	07					07	03	04											25		14	11	10.16
057	23085145	TINCO CARRASCO, Guisella Veronica					15		09	06					07	03	04											22		12	10	10.00
058	23080303	REYES CARDENAS, Roger					13	03	07	03					07	04	03										20	03	11	06	10.00	
059	23090444	RIVEROS CORDOVA, Yeny Geovana					18		10	06					04		04											22		10	12	09.64
060	23085575	SEGURA AEDO, Carlos Miguel					13		09	04					04		04											17		09	08	08.47
061	23095512	PENA PUMAHUALLOCA, Armengol					17		07	10					03	03												20		10	10	07.50
062	23075574	MUCHA MIGUEL, Carlos					22		03	19																		22		03	19	06.45
063	23085670	HUARCAYA IRCARAUPA, Ronald Alexander					20		03	17																		20		03	17	06.10
064	23001009	VALENCIA OCHOA, Roggers Miguel					12		06	06																		12		06	06	06.00
065	23085154	CONTRERAS QUISPE, Dupertino					10		03	07				10		10												20		03	17	03.75
066	23090206	HINDJOSA ILLACCANQUI, Angela					18			18																		18		18		03.33
067	23090009	MONTES EVANAN, Jhony					20			20																		20		20		01.65
068	23095581	CANALES CARITAS, Katerine Alejandrina					21			21																		21		21		01.43
069	23085553	PILLACA QUISPE, Karin Carolina					17			17																		17		17		01.41
070	23051212	QUICHUA BALDEON, Juan Pablo					19			19																		19		19		01.11
071	23942237	GARCIA GUZMAN, Sanoro					17			17																		17		17		00.59
072	23062909	HUAMANI ROMAN, Roxana					21			21																		21		21		00.00

(1) Matriculados (2) Desmatriculados (3) Aprobados (4) Desaprobados



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES


- 1.1. Apellidos y nombres del informante *Dr. Pedro Nucuya Anispe*
- 1.2. Cargo e institución donde labora *Docente - UNSCH*
- 1.3. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: *Cuestionario de encuesta y guía de entrevista*
- 1.4. Título de la investigación: *Consumo de la televisión y su influencia en el desempeño académico de los estudiantes de la E.F.P. Cs de la C. U. N. de H.*
- 1.5. Autor del instrumento: *Giuliana Pantiga Chihuan*

II. CRITERIOS DE VALIDACIÓN

Nº	CRITERIOS DE VALIDACIÓN	CALIFICACIÓN					Promedio
		Deficiente 00-20%	Baja 21-49%	Regular 50-59%	Bueno 60- 89%	Muy bueno 90-100%	
1	¿El tipo del instrumento es pertinentemente para recoger datos de las variables de estudio?					90%	
2	¿Las instrucciones del instrumento le parecen apropiadas?					90%	
3	¿La presentación formal (tipo y tamaño de letra, etc.) del instrumento es apropiada?				85%		
4	¿Las preguntas mide realmente a las variables y los indicadores?				88%		
5	¿Los ítems son suficientes para la medición de todos los indicadores?				85%		
6	¿Los ítems son comprensibles y están bien redactados?					90%	
7	¿Está formulado con lenguaje claro, apropiado y sencillo?				85%		
8	¿Los ítems responden al problema y objetivos de investigación?					90%	
9	¿La estructura ofrece un orden lógico y coherente, organizado por cada variable e indicador?				88%		
10	¿La hoja de respuesta está bien presentada y es adecuado?				85%		
PROMEDIO							87%

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: *Los instrumentos son aplicables para recolectar de datos*

Fecha: *11/2/03/12*


 Nombres y Apellidos *Nucuya O, Pedro*
 Firma del Experto
 Teléfono.. *9.6.6.2.5.2.011*



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombres del informante Dr. Juan Raulfo Cavero Carrasco
- 1.2. Cargo e institución donde labora Docente - UNSCH
- 1.3. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario de encuesta y guía de entrevista
- 1.4. Título de la investigación: Consumo de la televisión y su influencia en el desempeño académico de los estudiantes de la E.F.P. Cs. de la CC. UNSCH
- 1.5. Autor del instrumento: Giuliana Pantaja Chirán

II. CRITERIOS DE VALIDACIÓN

Nº	CRITERIOS DE VALIDACIÓN	CALIFICACIÓN					Promedio
		Deficiente 00-20%	Baja 21-49%	Regular 50-59%	Bueno 60-89%	Muy bueno 90-100%	
1	¿El tipo del instrumento es pertinentemente para recoger datos de las variables de estudio?				82.5%		82.5%
2	¿Las instrucciones del instrumento le parecen apropiadas?					92.5%	92.5%
3	¿La presentación formal (tipo y tamaño de letra, etc.) del instrumento es apropiada?					90%	90%
4	¿Las preguntas mide realmente a las variables y los indicadores?					91.5%	91.5%
5	¿Los ítems son suficientes para la medición de todos los indicadores?					90%	90%
6	¿Los ítems son comprensibles y están bien redactados?					92.5%	92.5%
7	¿Está formulado con lenguaje claro, apropiado y sencillo?					90%	90%
8	¿Los ítems responden al problema y objetivos de investigación?					92.5%	92.5%
9	¿La estructura ofrece un orden lógico y coherente, organizado por cada variable e indicador?					91.5%	91.5%
10	¿La hoja de respuesta está bien presentada y es adecuado?					90%	90%
PROMEDIO							90%

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Adecuados para aplicar en la recolección de datos.

Fecha: 12.02. MARZO DE 2012

.....
Nombres y Apellidos

Firma del Experto

Teléfono: 96.6.98.1.088

RANULFO CAVERO CARRASCO



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombres del informante Peña Morales, Boris Enrique
- 1.2. Cargo e institución donde labora Docente - UNSCH
- 1.3. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario de encuesta y guía de entrevista
- 1.4. Título de la investigación: Consumo de televisión y su influencia en el desempeño académico de los estudiantes de la E.F.P Ciencias de la Comunicación - UNSCH
- 1.5. Autor del instrumento: Giuliana Pantoja Chihuan

II. CRITERIOS DE VALIDACIÓN

N°	CRITERIOS DE VALIDACIÓN	CALIFICACIÓN					Promedio
		Deficiente 00-20%	Baja 21-49%	Regular 50-59%	Bueno 60-89%	Muy bueno 90-100%	
1	¿El tipo del instrumento es pertinentemente para recoger datos de las variables de estudio?				X (75%)		75%
2	¿Las instrucciones del instrumento le parecen apropiadas?					X (95%)	95%
3	¿La presentación formal (tipo y tamaño de letra, etc.) del instrumento es apropiada?					X (95%)	95%
4	¿Las preguntas mide realmente a las variables y los indicadores?					X (95%)	95%
5	¿Los ítems son suficientes para la medición de todos los indicadores?					X (95%)	95%
6	¿Los ítems son comprensibles y están bien redactados?					X (95%)	95%
7	¿Está formulado con lenguaje claro, apropiado y sencillo?					X (95%)	95%
8	¿Los ítems responden al problema y objetivos de investigación?					X (95%)	95%
9	¿La estructura ofrece un orden lógico y coherente, organizado por cada variable e indicador?					X (95%)	95%
10	¿La hoja de respuesta está bien presentada y es adecuado?					X (95%)	95%
PROMEDIO							93%

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento cuenta con los elementos necesarios para medir las variables de la investigación

Fecha: 18-03-12

Boris E. Peña Morales
 Nombres y Apellidos
 Firma del Experto
 Teléfono: 966506101

Prof. Boris E. Peña Morales