



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**“Percepción y comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en
los estudiantes del 4to de secundaria de la institución educativa Javier
Prado –La Victoria, 2017”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

AUTOR:

Frank Camborda Falcon

ASESOR:

Dr. Jesús Randall Seminario Unzueta

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN


Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA – PERÚ

2017

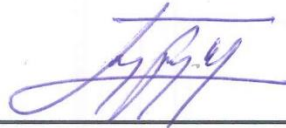
PÁGINAS PRELIMINARES

Página del Jurado



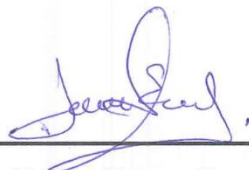
Dr. Jesús Randall Seminario Unzueta

Presidente



Mg. Gladys Ferreyra Ugarte

Secretario



Mg. Karina Reyes Bernuy

Vocal

Dedicatoria

A mis hermanos, Juana, Karina y Guillermo, por brindarme su tiempo.

A mi madre por mostrarme el camino hacia el éxito y por enseñarme de la vida.

Agradecimiento

Al Dr. Jesús Randall Seminario Unzueta,
por el esfuerzo y el gran apoyo para sacar
adelante mi investigación.

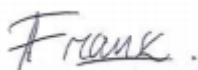
Declaratoria de Autenticidad

Yo, Frank Camborda Falcon con DNI N° 47635402, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Asímismo, declaro bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 17 de diciembre del 2017



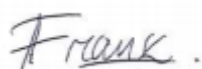
Frank Camborda Falcon

Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis Titulada **“Percepción y comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en los estudiantes del 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado –La Victoria, 2017”** y comprende los capítulos de Introducción, metodología, resultados, conclusiones y recomendaciones. El objetivo de la referida tesis fue describir la percepción y su relación con comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107 - La Victoria, 2017, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Atte,



Frank Camborda Falcon

Índice

	Página
PÁGINAS PRELIMINARES	
Página del jurado	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Declaratoria de autenticidad	vi
Presentación	vii
Índice	viii
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad problemática	14
1.2. Trabajos previos	15
1.3. Teorías relacionadas al tema	24
1.4. Formulación al problema	36
1.5. Justificación del estudio	37
1.6. Hipótesis	40
1.7. Objetivo	41
II. MÉTODO	
2.1. Diseño de investigación	43
2.2. Variables, operacionalización	44
2.3. Población y muestra	46
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	46
III. RESULTADOS	49
IV. DISCUSIÓN	65

V.	CONCLUSIONES	68
VI.	RECOMENDACIONES	70
VII.	REFERENCIAS	72
ANEXOS		
	Anexo 1: Instrumentos	77
	Anexo 2: Matriz de consistencia	81
	Anexo 3: Validación de los instrumentos	83
	Anexo 4: Evaluación de la similitud del instrumento con Turnitin	94

RESUMEN

La presente investigación realizada, tuvo como objetivo principal describir la relación entre Percepción y Comunicación no verbal del programa “Esto es Guerra” en los estudiantes de cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107, en La Victoria. El tipo de investigación fue cuantitativa, nivel de investigación correlacional y diseño de investigación no experimental. Se utilizó como población 50 estudiantes de dicha institución, el tamaño de la muestra calculada fue de 50 quienes cursaban el cuarto de secundaria. La validez del instrumento se obtuvo mediante juicio de expertos y la confiabilidad con el coeficiente Alfa de Cronbach. La recolección de datos se realizó, a través de 2 cuestionarios con un total de 34 ítems con escala de 5 categorías. El análisis de los datos se hizo utilizando el programa estadístico SPSS versión 22.0, llegando a evidenciar que no existe relación entre la Percepción y la Comunicación no verbal.

Palabras Clave: Percepción, Comunicación no verbal.

ABSTRACT

The main objective of this research was to describe the relationship between Perception and Nonverbal Communication of the program "This is War" in fourth-year high school students at the Javier Prado 1107 educational institution in La Victoria. The type of research was quantitative, correlational research level and non-experimental research design. It was used as a population of 50 students of said institution established in Victoria, and the size of the sample calculated was 50 who attend the fourth year of high school. The validity of the instrument was obtained by expert judgment and reliability with the Cronbach's Alpha coefficient. Data collection was obtained through 2 questionnaires with a total of 34 items with a scale of 5 categories. The analysis of the data was done using the statistical program SPSS version 22.0, showing that there is no relationship between perception and non-verbal communication.

Keywords: Perception, no-verbal communication.

I. INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

Cuando se observa detenidamente, los hábitos de los estudiantes que cursan el 4to de secundaria, se puede notar un conjunto de dificultades respecto a la práctica de cómo estos adolescentes se expresan. Las malas costumbres, muchas veces hacen que estos menores que son el futuro del país, no puedan soñar en tener un porvenir profesional por lo que los programas y en particular la televisión, no los incentiva para que continúen creciendo educativamente.

Es por ello, que la presente tesis es una investigación que tiene como objetivo evaluar las relaciones significativas de la percepción y la comunicación no verbal entre los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107; se analizará las características del programa televisivo Esto es Guerra quien sirvió de modelo para el público adolescente y joven. La presente investigación se desarrolló en el año 2017.

Se tomó en cuenta las opiniones de nuestro público objetivo. Lo que se busca, es conocer los motivos del por qué ven los estudiantes este tipo de programas.

Serán dos variables las que se usará para poder resumir y entender la problemática; la primera es percepción y la segunda es comunicación no verbal.

1.1. Realidad Problemática

La televisión en nuestro país se remonta a los años treinta, fecha en el que nuestro país experimentó las primeras pruebas en el colegio de Nuestra Señora de Guadalupe ubicado en la ciudad de Lima, no habiendo ninguna programación y la transmisión fue esporádica.

Oficialmente, la televisión peruana se inicia en el año de 1955 donde se dieron transformaciones en cuanto a formatos y contenidos.

La creación de formatos televisivos hizo que el espectador pueda seleccionar la programación de su preferencia, podemos mencionar el entretenimiento en donde tenemos el programa Esto es Guerra.

Atienza Muñoz, P (2013) afirma:

El reality es un formato muy flexible. Hoy en día se combina con otros formatos como la competición deportiva, o los juegos. Hay una implicación emocional de los espectadores con los “personajes”, pero también una distancia que los creadores de los programas usan a menudo para ridiculizarlos, y explotar el lado más cruel de los espectadores (p.154).

Villagrasa, J. M. (2011) afirma que:

Los reality shows surgen como una derivación y mezcla de los talk shows y los docudramas (escenificación y reconstrucción dramatizada de sucesos reales). Diferenciándose de los talk shows, los reality shows basan una buena parte de su atractivo en la reconstrucción ante las cámaras, de acontecimientos reales con personas existentes, lógicamente en este tipo existirá palabra, pero este instrumento dejara fuera la escenificación de los hechos que se relata. Por el contrario en el talk show, el espectáculo es la palabra en sí y todo gira en eso. El reality sustrae la realidad y la espectaculariza. El programa informativo, en cambio, capta la realidad sin posibilidad de transformación. Su excepcionalidad para el espectador consiste en la habilidad de la cámara para colocarse delante de esta y llevarla hasta

nuestros hogares. La propia realidad retransmitida se convierte en un espectáculo, que atrae mucho al espectador que sigue este reality show. En cuanto a la conexión entre las imágenes y lo que representan es franca, directa y sin intervenciones. Es cruda realidad.

1.2. Trabajos previos

Nacionales

Alberca, E.(2015). El contenido periodístico del diario Depor en relación a la percepción de estudiantes de 18 a 22 años de la Universidad Privada del Norte. Caso: Torneo del Inca “Copa Movistar” en los meses de febrero-abril del 2015 (Tesis de título, Universidad César Vallejo). (Acceso el 5 de junio de 2017). La finalidad del presente trabajo de investigación, es analizar e identificar la percepción de estudiantes de 18 a 22 años de edad de la Universidad Privada del Norte y determinar su relación con el contenido periodístico del diario Depor en el año 2015; porque durante los meses de febrero a abril de dicho año, se llevó a cabo el torneo del Inca 2015. Se tuvo en cuenta el dato del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) donde en el año 2012, señaló, que jóvenes de estas edades eran quienes más consumían este tipo de medios de comunicación. Se escogió la UPN que está ubicada en Los Olivos, que cuenta con 4600 alumnos, es por ello que se utilizó una muestra de 355 alumnos quienes mediante la aplicación de una encuesta arrojó un 0,50 (válido), y un Alfa de Cronbach de un valor de 0.998 (confiable). Se calculó que el contenido de este medio de comunicación es percibido de manera aceptable. Porque si existe una relación entre las variables dependiente e independiente de estudio utilizadas para esta investigación, el resultado es 0.984 lo cual indicó que tienen una relación positiva alta; asimismo, también en las encuestas realizadas se determinó que el 43% de las personas encuestadas aprobaron el contenido periodístico del diario Depor. Este documento busca convertirse en un trabajo base, con el fin de promover mejoras o sugerir la hegemonía del medio de comunicación.

Rojas, G.(2015). Relación entre el contenido del programa “Esto es guerra” y el comportamiento estereotipado de los alumnos del 4º, 5º y 6º grado del colegio privado Señor de los Milagros, Ventanilla, 2015 (Tesis de título, Universidad César Vallejo). (Acceso el 5 de junio de 2017). El propósito de la presente investigación fue determinar la relación entre el contenido del programa “Esto es guerra” y el comportamiento estereotipado de los alumnos del colegio privado Señor de los Milagros, Ventanilla”. Teniendo como objetivos específicos, determinar si existe relación entre percepción del programa “esto es guerra” y las relaciones interpersonales de los alumnos, y determinar la relación entre horario de emisión del programa “Esto es guerra”, e interés en el aprendizaje de los alumnos. Se realizó una investigación cuantitativa correlacional con diseño no experimental – Transversal aplicado a la muestra de 42 estudiantes entre 9, 10 y 11 años de educación primaria, ambos sexos. Se aplicó la técnica de encuesta y el instrumento de cuestionario que fue validado mediante juicios de expertos, utilizando la prueba binominal donde se obtuvo como coeficiente de validación el 0,00% de error. Además, el test obtuvo el valor de 0,707 en la escala de alfa de Cronbach, el cual indica que la prueba elaborada es confiable.

Samanez, M.(2013). Percepción de los usuarios sobre el mensaje que transmite la marca de una empresa cervecera por medio de la publicidad viral Facebook. Caso: convocados cerveza Cristal (Tesis de título, Universidad César Vallejo). (Acceso el 5 de junio de 2017). Este trabajo se realizó con el objetivo de analizar la percepción de los usuarios sobre el mensaje que transmite la marca de una empresa cervecera por medio de la publicidad viral. Caso: convocados de cerveza Cristal. Se puso especial énfasis en la percepción de los usuarios sobre el mensaje que transmite la campaña “convocados”, las preferencias de los usuarios sobre la aplicación de la campaña y la redacción del mensaje que transmite la campaña. Se sometió a entrevistar a la persona encargada del manejo de la aplicación de la campaña de la página Facebook de la cerveza Cristal, así como también a 20 seguidores. Entre las conclusiones se tuvo: La percepción de los usuarios sobre el mensaje que transmite la campaña convocados, por medio del uso de la publicidad viral, es positivo, ya que para los usuarios, el mensaje que

transmite la campaña les da ánimos para alentar a la selección peruana y estar unidos y comprometidos por la selección, donde juega Perú, todos jugamos.

Vargas, M. (2013). Imagen de los niños y niñas en la televisión. Análisis cualitativo de la programación de la televisión de señal abierta en Lima. (Tesis de título, Universidad César Vallejo). (Acceso el 5 de junio de 2017), tuvo como objetivo realizar un estudio cualitativo sobre la imagen de los niños y niñas en la programación televisiva de señal abierta. La metodología que se aplicó fue un análisis de contenido, en coordinación con ConcorTV. Se seleccionaron los programas a analizar según los criterios: programas con mayor audiencia, programas transmitidos en horario de protección al menor, programas de corte informativo, entretenimiento y ficción, programas transmitidos de lunes a domingo, programas más vistos por la población limeña, programas de todos los canales de televisión de señal abierta que se transmite en Lima. Se analizó la programación de los siete canales en señal abierta, utilizando la señal recibida en la ciudad de Lima: Frecuencia Latina, América Televisión, Panamericana Televisión, TV Perú, Andina de Radio difusión (ATV), RBC Televisión y Red Global. Se seleccionaron 62 programas emitidos entre las 6:00 y 22:00 horas desde el 7 al 23 de setiembre y el 14 y 15 de diciembre del año 2012. Se utilizó como instrumento de recojo de información una ficha de registro cuyo diseño tomó como referencia aquella elaborada por el Consejo Nacional de Televisión de Chile para el estudio denominado "Barómetro de la calidad de la programación infantil en la televisión". Se llegó a la conclusión que los programas informativos, mencionan a niños, niñas y adolescentes mayoritariamente en tono negativo, como víctimas y considerando sus intereses solo de manera marginal o nula. En los programas humorísticos visualizados que mencionan a niños o niñas, los actores cómicos los representan en tono neutral, concediéndoles únicamente un rol secundario y sin considerar sus intereses específicos. Es decir, la caracterización de niños y niñas es meramente instrumental. En conclusión, se identificó un total de 80 menciones: 28 en tono pasivo (35%), 38 en tono negativo (47,5) y 14 en tono neutral (17.5%). En cuanto al rol desempeñado, 31 menciones mencionaron a niños, niñas y adolescentes como víctimas (39%), 6 como transgresores (7,5%), 13 como protagonistas (16%)y

30 en un rol secundario (37.5%). Cabe mencionar que las menciones en tono negativo y como transgresores o víctimas se realizaron únicamente en los programas periodísticos.

Arboccó, M. y O' Brien, J.(2012). Impacto de la “televisión basura” en la mente y en la conducta de niños y adolescentes. (Tesis de título, Universidad César Vallejo). (Acceso el 5 de junio de 2017). En el trabajo se reflexiona sobre el impacto negativo que genera el mal empleo de la televisión en nuestro medio y en otros países . Se revisó el uso y abuso del fenómeno de la “ televisión basura” como uno de los factores que proporcionan una serie de deficiencias de la mente y la conducta de las personas en especial de los niños y adolescentes. En esta investigación se concluye que la influencia de la televisión es amplia pero no es limitada, aunque impone al televidente un marco de temas. Los programas masivos afectan el modo de ser de la gente, está claro que la observación de episodios agresivos en la TV sirve para estimular sentimientos agresivos en el espectador, sobre todo en los niños, ellos aprenden mientras presencian los espectáculos y les cuesta diferenciar la realidad de la fantasía La televisión afecta los valores y modelos.

Jaucala (2011) “Análisis del estereotipo de la niñez en las teleseries peruanas, Caso: Al fondo hay sitio. (Tesis de título, Universidad César Vallejo). (Acceso el 5 de junio de 2017). La investigación tiene como objetivo realizar un análisis descriptivo sobre el contenido del programa más visto en estos últimos años en nuestro país, tal es el caso, de la producción peruana dirigida por Efraín Aguilar, “Al fondo hay sitio”. Enfocando la investigación en las apariciones y el comportamiento del personaje que representa la niñez en esta serie televisiva. Para que de este modo se pueda obtener las conclusiones acerca de cuál es el tratamiento y la imagen que se le da a los niños en esta serie. Para la elaboración de la investigación se optó por utilizar fichas de análisis, con los cuales se estudió los quince programas en donde existe más concentración de la participación de más cantidades de personajes de la teleserie.

Gastelo, D. (2010). La ética y los medios de comunicación: su repercusión en la población de Chiclayo centro, periodo 2009. (Tesis de título, Universidad César Vallejo). (Acceso el 5 de junio de 2017). Su objetivo fue precisar las causas y consecuencias de la deficiencia de la ética en los medios de comunicación periodísticos en la ciudad de Chiclayo, a través del análisis de las programaciones periodísticas de televisión, radio y prensa escrita. La investigación fue aplicada, descriptiva y explicativa. La población fue Chiclayo centro y la muestra fueron cien transeúntes focalizados en la calle San José entre la cuadra 4 y 6; y la avenida José Balta entre las cuadras 10 y 12. Las técnicas utilizadas fueron las técnicas de gabinete y las de campo. Se aplicaron diversos instrumentos, dentro de ello una entrevista al responsable de programación y producción de radio universitaria y conductor del programa “creciendo de adentro hacia afuera”, también se utilizó sondeos de opinión, encuestas. Otro instrumento utilizado fue el focus group, realizado en la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo con la colaboración de 4 estudiantes del X ciclo de la Escuela profesional de Ciencias de la Comunicación. Se utilizaron tres variables: la ética como variable independiente, los medios de comunicación como variable dependiente y el público como variable interviniente. Se llegó a la conclusión que existen tres causas fundamentales de la deficiencia de la ética en los medios de comunicación periodísticos: el empirismo, la ausencia de censura y el lucro. Sobrevienen a este problema cuatro consecuencias: la desinformación, la insensibilidad para con la responsabilidad social, la creación de estereotipos y la deformación del lenguaje. También se concluyó que los programas periodísticos en su mayoría tienen fines políticos y lucrativos; además que los contenidos no son tratados debidamente y no tienen una correcta censura y aun sabiendo que lo que difunden los medios no son dirigidos al desarrollo de la cultura el público los siguen consumiendo. La opinión pública descansa hoy sobre los medios, ya que son ellos lo que forjan, los que forman valores y los posicionamientos de los ciudadanos a través de la insistencia informativa, porque en nuestra sociedad la repetición acaba siendo sinónimo de demostración.

Internacionales

Santín, M. (2013). España. En su investigación “La ética olvidada: el valor comercial de los espacios informativos de la televisión en España”, analizó el nivel de ética en los espacios informativos de la televisión en España. El objetivo de esta investigación fue constatar si los informativos de las televisiones privadas en España, cumplen con la normativa, tanto ética como jurídica, de separar claramente los mensajes informativos de los comunicados comerciales. La metodología utilizada fue el análisis de contenido, empleada en un periodo de cinco semanas, comprendido entre el 23 de enero y el 26 de febrero del 2012. Durante ese lapso se seleccionó los dos programas informativos que alcanzan mayor audiencia cada día: el informativo de medio día y el informativo de la noche. Esta selección dio lugar a una muestra compuesta por 140 noticieros (100 informativos diarios y 40 de fines de semana). Dicha investigación llegó a la conclusión que los informativos de las televisoras, programas emblemáticos de servicio público de las cadenas, han cedido a las presiones comerciales del medio y han introducido prácticas poco legítimas en el quehacer informativo. Este estudio pone en evidencia que es frecuente las prácticas que conllevan un incumplimiento de la ética periodística en el ámbito del periodismo audiovisual. Estos incumplimientos se pueden constatar con claridad en dos actividades habituales en los programas informativos: la inserción de publicidad en el bloque de información deportiva y la presencia de noticias con fines promocionales en el conjunto del programa. A esas prácticas podemos añadir la participación, cada vez más frecuente, de los periodistas de esos programas en campañas publicitarias con ánimo de lucro. En definitiva, estas prácticas autorreferenciales ponen en manifiesto que la actividad periodística audiovisual se pliega con frecuencia a los intereses económicos de la cadena y del grupo, pues los mensajes autorreferenciales, más que informar, persiguen una función promocional. Los informativos tratan de contar lo que ha pasado en el mundo, hablan de ellos mismos para mejorar la imagen de la cadena y vender sus productos.

La Organización Girl Scouts de Estados Unidos en el 2011 realizó un estudio denominado “Las jóvenes y los reality shows”, en donde analizó la influencia que

ejercen los reality shows de competencia (American Idol, Project Runway) y los programas sobre la “vida real” (Jersey Shore, The Hills) en las adolescentes. El objetivo primordial de la investigación fue realizar un estudio que describa y analice las diferencias significativas entre las jóvenes que regularmente consumen reality shows y las que no. La metodología para esta investigación, fue utilizar una muestra representativa de 1.141 niñas entre 11 y 17 años. Se utilizó como instrumento de investigación un cuestionario de encuesta en base a 10 interrogantes, las cuales se aplicaron en forma individual. Se concluyó: Todas las jóvenes que participaron del estudio consideraron que los reality shows fomentan el mal comportamiento. La amplia mayoría afirmó que estos programas “a menudo hacen pelear a las jóvenes entre sí para que el programa sea más emocionante” (86%), “hacen creer a la gente que las peleas son una parte normal de las relaciones románticas” (73%) y “hacen creer a la gente que está bien tratar mal a los demás” (70%). El 78% de las espectadoras de TV reality eran más propensas a aceptar que contar chismes, en comparación con el 54% que no lo eran en el resto de las niñas encuestadas. El 72% expresó que dedicaban mucho tiempo a su aspecto (frente al 42% de las jóvenes que no veían estos programas). El (38%) pensó que el valor de una niña se basa en su aspecto (en comparación con el 28% de las jóvenes que no ven estos programas). Preferirían ser reconocidas por su belleza exterior en lugar de por su belleza interior. El 68% de las que miraban reality shows consideró que ser maliciosa y competitiva está en la naturaleza de las niñas, en comparación con el 50% entre las que no veían esos programas. “Tienes que mentir para obtener lo que deseas” (37% contra 24%), “Ser mala te gana más respeto que ser amable” (37% versus 25%) y “Tienes que ser mala con los demás para obtener lo que deseas” (28% frente al 18%). La mayoría de las adolescentes que veían reality shows se consideraban maduras, inteligentes, divertidas y extrovertidas, más propensas a aspirar al liderazgo y verse como modelos a seguir. Es más, el 65% expresó que los programas reality les han permitido conocer nuevas ideas y perspectivas, el 62% consideró que los programas han mejorado su conciencia sobre asuntos y causas sociales y el 59% afirmó que les han enseñado cosas nuevas que no habían podido aprender en otro lugar (Girl scouts, 2011).

Cordón, M. (2010). Guatemala. En su investigación “La influencia de la televisión y la modificación de valores éticos y morales de los y las adolescentes comprendidos en las edades de 13 y 14 años de un colegio del municipio de Mixco del departamento de Guatemala”, analizó la influencia de la televisión y los valores éticos en los adolescentes del colegio Mixco del departamento de Guatemala. El objetivo fue determinar la influencia de la televisión en la modificación de los valores éticos y morales de los y las adolescentes comprendidos entre los 13 y 14 años de edad. Se aplicó el método analítico-sintético, el tipo de investigación fue descriptiva. Para la investigación se elaboraron tres instrumentos, cuestionario para los estudiantes con el propósito de establecer información que determine los valores éticos y morales y el tipo de programación televisiva que veían en el momento que se realizó la investigación, entrevista a los maestros de los alumnos con el propósito de recolectar información que ayudó a realizar la investigación y un focus group que se realizó a los padres de los adolescentes que participaron en la encuesta. El universo y la muestra estuvieron compuestos por 76 estudiantes, de uno y otro sexo, comprendidos en las edades de 13 y 14 años de edad, de un colegio ubicado en la zona 4 de Mixco del departamento de Guatemala. Se concluyó que la influencia de la televisión sobre los valores éticos y morales en los y las adolescentes es positiva en aquellas familias donde la comunicación acerca de los programas televisivos entre padres e hijos es abierta, así mismo en los adolescentes que ven menos televisión y en quienes son más selectivos en la programación. Los programas de televisión que más ven los adolescentes contribuyen significativamente en la influencia de valores morales, en términos sexuales a través de telenovelas y los videos musicales. Apoyan con elementos para la relación de parejas, por tanto, valores como la virginidad, fidelidad, matrimonio, alcoholismo y sexualidad sufren modificaciones en la conciencia colectiva de los y las adolescentes. Igualmente las películas fomentan el comportamiento violento de los jóvenes.

Hernández, G. (2008). Colombia. En su investigación cualitativa de tipo descriptivo analítico “Lo público y lo privado en los realitys show colombianos”, analizó la situación observando diferentes episodios de los realitys Colombianos (“Expedición Robinsón”, “Desafío 2006” y uno de tipo encierro llamado “El Premio Gordo”), donde presentaban situaciones relacionadas a la vida privada de los

participantes. El objetivo primordial de la investigación fue realizar un estudio que describa y analice la relación entre lo público y lo privado en los reality shows. Como muestra representativa se tomó tres de los principales realitys en Colombia, que exponían de manera consentida la vida privada de sus concursantes, en un espacio de un mes, de lunes a viernes, entre el 01 y 30 de Marzo del 2008. Se utilizó como instrumento de investigación, la ficha de observación. Se concluyó: Con el acercamiento a los reality show, se pudo observar que este tipo de programas hace de la realidad de las personas (participantes) un espectáculo, donde nosotros como televidentes somos sus espectadores. Nos dejamos atraer por este espectáculo “reality show” , ya que al espectador le gusta fisgonear en la vida del otro, y si las situaciones son polémicas mucho mejor; ya que en este tipo de programas vemos la vida de seres anónimos, a quienes no les interesa exponerse ante un país con el fin de alcanzar la fama; y por lo tanto el espectador se siente parte importante de todo lo que sucede. Con este tipo de programas, se muestran situaciones que antes eran ajenas a la mirada del público, como conocer tan a fondo la vida de determinada persona que se muestra en televisión y quien observa empieza a crear vínculos y afectos con cada uno de los participantes ya que se sienten identificados con personajes y situaciones que suceden. El reality show busca mostrar todos los detalles íntimos de los participantes, de manera escandalosa porque sabe que eso es lo que le gusta al espectador y asimismo esto es lo que más le genera resultados estos tipos de programas. Con el reality show, se invade lo privado para hacerlo de interés público, y esto es lo que más le llama la atención al espectador. Se da una sola relación entre lo público y privado, ya que el reality show hace público lo privado, haciendo de la intimidad de los participantes un espectáculo.

Barcelata, E (2004). México. En su investigación cualitativa de tipo descriptiva analítica “El Impacto del Reality Show: Big Brother mexicano. Un Análisis de Estudios Culturales”, analizó el reality show Big Brother y su impacto en la audiencia, para determinar las formas de apropiación del contenido de este programa en profesionales, universitarios y jóvenes. El objetivo primordial de la investigación fue realizar un estudio que describa y analice las influencias culturales en las elecciones de la audiencia y en la creación de significados. La metodología para esta investigación, fue utilizar grupos focales como herramienta metodológica, con una muestra de 30 personas en tres grupos de nivel socioeconómico medio alto (jóvenes de preparatoria, estudiantes universitarios y profesionales egresados). Se utilizó como instrumento de investigación una entrevista focalizada en base a 8 interrogantes, las cuales se aplicaron en forma individual. Se concluyó: En universitarios, muchos se identificaron con Big Brother como su amigo para el relajo, en cambio las mujeres lo vieron como su prospecto ideal de novio. En jóvenes de preparatoria, muchos no se mostraron muy interesados por el tema y revelaron que lo veían porque los participantes hacían cosas que ellos no podían hacer. En cuanto a los profesionales, se mostraron indiferentes con el tema y en este grupo las mujeres ven como algo normal los desnudos y todo lo que se presenta en el reality.

1.3. Teorías relacionadas al tema

Teoría de las inteligencias múltiples

Para definir la teoría, Blanes, A. sostiene al respecto:

[...] La teoría de las inteligencias múltiples es un modelo de concepción de la mente propuesto en 1983 por el psicólogo estadounidense Howard Gardner, profesor de la Universidad de Harvard, para quien la inteligencia no es un conjunto unitario que agrupe diferentes capacidades específicas, sino que la inteligencia es como una red de conjuntos autónomos relacionados entre sí. (2016)

Variable 1: Percepción

Para definir la variable, Bruce sostiene al respecto:

[...] La percepción es una experiencia sensorial consiente. Algunas aplicaciones médicas que dependen del conocimiento de la percepción son los aparatos para rehabilitar esta capacidad perceptual en las personas que han perdido la vista o el oído, así como los tratamientos para el dolor. Otras aplicaciones incluyen los vehículos robotizados que pueden encontrar su camino en entornos desconocidos, los sistemas para el reconocimiento del habla que pueden entender lo que una persona dice, y las señales de tráfico que los conductores pueden ver en varias circunstancias. Pero las razones para estudiar la percepción se extienden más allá de las posibles aplicaciones útiles. Debido a que la percepción es algo que usted experimenta constantemente, saber cómo funciona es interesante por sí mismo. Para apreciar por qué, considere lo que experimenta ahora mismo. Si toca esta página o mira lo que hay a su alrededor, tal vez tenga la sensación de que percibe exactamente lo que está ahí en el entorno. Después de todo, tocar esta página lo pone en contacto directa con ella, y parece probable que lo que ve es realmente lo que está ahí. Pero una de las cosas que aprenderá a medida que estudie la percepción es que todo lo que ve, escucha, prueba, siente, huele, es creado por los mecanismos de sus sentidos. Esto significa que lo que percibe es determinado o sólo por lo que está ahí sino también por las propiedades de sus sentidos. Este concepto ha fascinado a filósofos, investigadores y estudiantes durante ciento de años, pero es todavía más significativo en la actualidad debido a que los avances recientes en la comprensión de los mecanismos responsables de nuestras percepciones (2012, p.5).

La percepción es un proceso interno-mental que ayuda al ser humano a no solo depender de la visión o del oído para sentir que se está comunicando sino que se refiere a todo lo inherente a la persona. Por consiguiente; la percepción usa todo nuestro sistema corporal y mental.

Dimensión 1: Percepción del Movimiento

Para definir la dimensión, Bruce sostiene al respecto:

[...] La percepción del movimiento ofrece ejemplos de la forma en que la percepción, es una creación del sistema nervioso, que dependen de algo más que la imagen retiniana, donde implica varios tipos de interacción entre diferentes cualidades perceptivas y depende de diferentes heurísticos y factores cognitivos. Este tipo de percepción del movimiento tiene 4 subtipos, los cuales son el movimiento real, el movimiento aparente, el movimiento inducido y los posefectos de movimiento (2012, p. 180).

El movimiento es el efecto de todo lo que nuestro subconsciente puede sentir en nuestro entorno, lo que va más allá del simple hecho de observar que existe un problema.

Indicador 1: Movimiento real

Para definir el indicador Aznar Casanova sostiene al respecto:

[...] Se centró en la determinación del umbral del movimiento. Por ejemplo, encontrando la velocidad mínima que ha de llevar un objeto. El problema a explicar es cómo y por qué una escena cambiante se interpreta como un único objeto en movimiento (2017, parr. 4).

El movimiento real hace referencia a todo aquel movimiento que se realiza de forma consciente. En este punto la coherencia es lo que predomina ya que nosotros para dar sentido a cualquier movimiento que se realiza en un contexto correspondiente, tendríamos que preguntarnos, por qué y cómo son los movimientos.

Indicador 2: Movimiento relativo

“Se denomina a aquel que tiene lugar cuando un móvil se desplaza a través de un fondo texturado. Por ejemplo, un punto que se desplaza a través de un rectángulo” (Aznar Casanova, 2017, párr. 8).

El movimiento relativo es cuando se realiza cualquier tipo de movimiento, pero esto se ejecuta en un determinado eje; es decir, se da dentro de un espacio y no fuera de la superficie.

Indicador 3: Movimiento aparente

“Es la ilusión del movimiento producido por cambios en diferentes dimensiones del estímulo visual” (Aznar Casanova, 2017, párr. 20).

El movimiento aparente es todo aquel movimiento que se da de forma ilusoria, es decir, aquellos movimientos imaginarios que se da por los estímulos visuales. Por ejemplo: observo el sol y, siento que este se va acercando o alejando.

Dimensión 2 : la percepción del color

Para definir la dimensión, Bruce Goldstein sostiene al respecto:

[...] La percepción del color es una de las características más evidentes y persuasivas de nuestro entorno. Prácticamente todos los días tenemos ocasión de observar el color de los semáforos, elegimos ropa que combine bien o apreciamos los colores de un cuadro u otro objeto similar. También elegimos nuestros colores favoritos (siendo el azul el que goza de más aceptación; Terwogt y Hoeksma, 1994). Incluso reaccionamos emocionalmente a los colores: no es coincidencia que los colores formen parte de nuestro discurso emocional (como ocurre cuando el color morado se relaciona con la cólera, el verde con la envidia o el azul con los sentimientos,

véase Terwogt y Hoeskma, 1994, Valdez y Mehrribian, 1994), o que les asignemos significados especiales (por ejemplo, el rojo significa peligro, el color morado lealtad y el color verde, ecologismo). Nuestra vida está tan estrechamente relacionada con el color que casi siempre damos su existencia por sentada, de modo que, al igual que sucede con otras capacidades perceptivas, no nos damos cuenta de su importancia hasta que perdemos nuestra capacidad de experimentarlo. La importancia que puede tener esta pérdida en una persona se ejemplifica con el caso del Sr. I, un pintor que contrajo ceguera al color a la edad de 65 años, después de sufrir una conmoción en un accidente automovilístico. (2012, p. 202).

La percepción del color se da en un determinado contexto. En muchos casos la colorización de nuestro entorno hace que las personas puedan sentir o tener un determinado significado. Esto ayuda a que mediante los colores que utilizan los programas se puedan diferenciar de otros.

Indicador 1: Reflectancia y transmisión

Para definir el indicador Bruce sostiene al respecto:

[...] Los colores de la luz en el espectro están relacionados con sus longitudes de onda pero, ¿Qué hay de los colores de los objetos? Tales colores son determinados en gran medida por las longitudes de onda de la luz que se reflejan de los objetos a nuestros ojos (2012, p.204).

La reflectancia y transmisión se refiere al flujo luminoso de manera consciente o inconsciente de manera que sirve y ayuda a transmitir luz en un determinado espacio.

Indicador 2: Mezcla de luces

Para definir el indicador, Bruce sostiene al respecto:

[...] Si una luz azul se proyecta en una superficie blanca y en dicha luz se superpone otra amarilla, el área supuestamente se percibe blanca (...) implica añadir las longitudes de onda de cada luz que hay en la mezcla, en este contexto la última se llama mezcla aditiva de colores (2012, p.205).

Se refiere a la combinación de luces las que se emiten directamente a un espacio. En esta mezcla es frecuente que el punto medio o el punto donde se emitan la luz sea de color blanco.

Indicador 3: Mezcla de pinturas

Para definir el indicador, Bruce sostiene al respecto:

[...] La clave para entender que sucede cuando se mezclan pinturas de colores es que al mezclarlas, ambas pinturas siguen absorbiendo las mismas longitudes de onda que cuando estaban solas, por lo que las únicas longitudes de onda son aquellas que ambas pinturas reflejan en común (2012, p.205).

La mezcla de los colores como pinturas son aquellas que están diseñadas en un determinado espacio. Esta combinación de pinturas ayudan a que los colores sean ordenados y formen un nuevo color.

Dimensión3: Percepción del Habla

Para definir la dimensión, Bruce sostiene al respecto:

[...] El habla como los demás sonidos, es una perturbación del aire. Sin embargo, a diferencia de los demás sonidos, los sonidos del habla se producen cuando las estructuras del aparato fonador imponen patrones de cambio en la presión del aire que impulsa desde los pulmones la boca (2012, p.312).

La percepción del habla es todo ruido que se da cuando un individuo busca comunicar a la otra persona. Estos pueden tratarse de los sonidos que se realizan al mover las manos como a los pasos que se escuchan al caminar.

Indicador 1: Señal acústica

Para definir el indicador, Bruce sostiene al respecto:

[...] Para la mayoría de los sonidos de voz se crea por medio del aire que empujan los pulmones y que pasa por las cuerdas vocales hacia el tracto vocal. El sonido se produce depende de la forma que tiene el tracto vocal (2012, p.312).

La señal acústica son aquellos sonidos que se dan mediante el aire no necesariamente son palabras sino son los silbidos que se pueden dar con la respiración.

Indicador 2: Espectrograma de sonido

Para definir el indicador, Bruce sostiene al respecto:

[...] Indica el patrón de frecuencias e intensidad en el tiempo que componen la señal acústica. La frecuencia se indica en el eje vertical y el tiempo en el eje horizontal; la intensidad se indica con zonas oscuras y las más oscuras denotan mayor intensidad (2012, p.313).

Son los sonidos imaginarios que se puedan dar en algunos casos mediante la respiración y en otros son aquellos sonidos del mismo ambiente en el que nos encontremos.

Indicador 3: Fonemas

“Es el segmento más breve del habla que al variar, cambia el significado de la palabra” (Bruce, 2012, p.314).

Fonemas son las secuencias de vocales y de consonantes que al variar cambian sus significados.

Variable 2: Comunicación no verbal

Para definir la variable, Hernández sostiene al respecto:

[...] La comunicación no verbal se refiere a todas aquellas señas o señales relacionadas con la situación de comunicación que no son palabras escritas u orales. Estas señas o señales son gestos, movimientos de la cabeza o corporales, postura, expresión facial, la mirada, proximidad o cercanía, tacto o contacto corporal, orientación, tonalidad de voz y otros aspectos vocales, el vestuario y el arreglo personal. La comunicación no verbal complementa la comunicación verbal para reforzarla, contradecirla, sustituirla, acentuarla y regularla o controlarla. De acuerdo con el concepto de comunicación no verbal, podemos considerar como sinónimo, al lenguaje no verbal, porque

ambos se refieren a aquello que se expresa a través de otros medios que no son las palabras (2013, p.2).

Son los medios que utiliza una persona para poder comunicar a través de señas o gestos. Es un complemento de la comunicación verbal para dar énfasis a lo que se quiere dar a conocer.

Dimensión 1: comunicación corporal (Kinésica)

Para definir la dimensión, Hernández sostiene al respecto:

[...] La palabra kinésica se deriva del griego kinen que significa “mover”. Uno de los objetos de estudio de la kinésica han sido los movimientos y los gestos corporales. Ciertos gestos, llamados emblemas, son sustitutos no verbales para la palabra o las frases específicas, como afirmar o negar algo con el movimiento de la cabeza (2013, p. 3).

Es aquella comunicación que a través de los movimientos de nuestro cuerpo expresa algún sentir. Este tipo de comunicación es más interpretativa y más usada, ya que se da en cualquier contexto.

Indicador 1: Signos de afecto

Hernández, A (2013) afirma que: “Son expresiones faciales que reflejan el estado emocional de la persona. Puede reforzar o contradecir el mensaje verbal” (p.14).

Son todas las expresiones que se realizan para determinar el estado de ánimo de una persona.

Indicador 2: Signos de control

“Son movimientos corporales y gestos faciales que monitorean y controlan la comunicación verbal con la otra persona. Proveen la retroalimentación que se necesita para saber si entiende el mensaje, si se necesita aclararlo” (Hernández, 2013, p.14).

Los signos de control son todos aquellos movimientos que se realiza tanto con el cuerpo como con los gestos faciales.

Indicador 3: Signos de adaptación

“Son movimientos y gestos faciales, sin intención de comunicar. Son esfuerzos para adaptarse a las necesidades físicas e inmediatas, como un grito de dolor” (Hernández, 2013, p.14).

Son todos los movimientos del rostro que podemos hacer de manera habitual, no necesariamente esto le da una intención o sentido a lo que se quiere expresar.

Dimensión 2: Comunicación paralingüística

Para definir la dimensión, Hernández sostiene al respecto:

[...] La paralingüística es el estudio de la expresión de los mensajes no verbales producidos por la voz”. Todos tendemos a interpretar y hacer juicios con base en las señales vocales. Las cuales corresponden a fenómenos acústicos específicos muy variados consistentes en elementos de calidad de voz, vocalizaciones y pausas (2013, p.16).

Es aquella comunicación no verbal; es decir, no se tiene que usar la voz para expresar una idea por lo que puede ser reemplazada por las señas.

Indicador 1: Cualidades de la voz

“Cualidades de la voz. Involucran la amplitud y el control del tono, ritmo y articulación, así como la resonancia del labio vocal” (Hernández, 2013, p.16).

Las cualidades de la voz es el proceso que involucra a la comunicación, es decir, el control del tono, el ritmo, la unión de las palabras que se desea comunicar y la reacción que se dará en el receptor.

Indicador 2:Vocalizaciones

Para definir el indicador, Hernández sostiene al respecto:

[...] Vocalización se refiere a reír, llorar, gemir, bostezar, eructar, tragar, inhalar o exhalar profundamente, toser, hipar, quejarse, gritar, silbar, atarear, suspirar, carcajearse, sollozar, murmurar, chiflar, carraspear, jadear, susurrar, estornudar, etc. (caracterizaciones vocales). Volumen de muy alto a muy bajo y velocidad de muy lenta a muy rápida (calificativas vocales). Vocalizaciones como uh, um, mm, oh, etc. (segregados vocales) (2013, p.16).

La vocalización son todas las acciones que se realizan a diario. Estos pueden ser: reír, llorar, gritar, quejarse, silbar, entre otros.

Indicador 3:Las características personales del emisor

“Aspecto físico, edad, ocupación, clase social, sexo, nivel de educación y región geográfica” (Hernández, 2013, p.16).

Es lo que el emisor comunica mediante su imagen; es decir, consiste en ver su aspecto físico, saber su edad, ocupación, entre otros.

Dimensión 3 : Comunicación no verbal espacial (Proxémica).

Para definir la dimensión, Hernández sostiene al respecto:

[...] Proxémica. Con esta área de conocimiento se investiga sobre cómo las personas utilizan el espacio para comunicar mensajes. Se refiere al estudio de la manera en que el hombre percibe, estructura, utiliza sus espacios

personales y sociales. Algunos estudios contienen testimonios de la influencia de la arquitectura y los objetos sobre la naturaleza de la interacción humana, es decir, la influencia del entorno visual-estético sobre las habilidades mentales de las personas, tanto de su capacidad de memoria como para resolver problemas (2013, p.17).

Es la comunicación no verbal que se usa depende de su entorno. Por ejemplo, los saludos dependen del lugar de origen de la persona, el español saluda a la mujer con dos besos y el peruano con uno solo.

Indicador 1: Espacio interpersonal

Para definir el indicador, Hernández sostiene al respecto:

[...] Es la rama de la proxémica que estudia las distancias o espacios entre las personas y cómo éstos definen su relación interpersonal. Es como una burbuja que protege al individuo y que se expande o contrae dependiendo de varios factores, entre ellos, el de la relación que se permite entre la persona y los demás (2013, p.17).

Se refiere a la distancia o espacio en la que uno se comunica. Por ejemplo, el saludo que se dan dos amigos uno que se encuentra en la calle y el otro en un bus.

Indicador 2: Territorialidad

Hernández, A (2013). Territorialidad. Se refiere a la identificación de una persona o grupo con determinado espacio o territorio, de tal forma que señala su titularidad sobre ese territorio y su disposición a defenderlo (p.18).

Es la identidad que tiene una persona según el lugar de origen. Se refiere también a su cultura y la forma en que uno fue criado.

1.4. Formulación del problema

Problema General

¿Cómo se da la percepción y la comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado – La Victoria, 2017?

Problemas Específicos

¿Cómo es la percepción y su relación con la comunicación corporal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107 - La Victoria, 2017?

¿Cómo es la percepción y su relación con comunicación paralingüística del programa Esto es Guerra en los estudiantes de cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107 - La Victoria, 2017?

¿Cómo es la percepción y su relación con la comunicación espacial del programa Esto es Guerra en los estudiantes de cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107 - La Victoria, 2017?

1.5. Justificación del estudio

Justificación Teórica

Esta tesis en principio se sustentará con el fin de recolectar la mayor información en cuanto a la problemática de la percepción y comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107 - La Victoria, 2017.

Justificación práctica

El Perú hoy en día pasa por un proceso de cambios constantes con respecto a la televisión y programas que se transmiten, ya que se está escuchando mucha libertad en el lenguaje que presentan dichos programas de televisión en un horario de protección al menor, en donde el propósito es educar o concientizar hacia la cultura del país, pasando por un proceso de calidad audiovisual que hace que este producto final sea transmitido con un determinado mensaje que contribuya a lo mencionado. Este tipo de ocio que utiliza el programa de televisión Esto es Guerra muchas veces fue criticado porque en ocasiones tiene contenido sexual.

Justificación social

En tal sentido no es del todo ético este tipo de producción audiovisual, ya que en varios de los puntos infringen las leyes y las vulneran como si no existiera dicha normativa y todo esto lo realizan con ayuda de empresas de comunicaciones

que resguardan a estas programaciones. Es por ello que los estudiantes en muchas ocasiones le es cotidiano este tipo de comportamiento.

Justificación metodológica

El Código de Ética del Perú, Título I, de los Principios del Servicio de Radiodifusión, de su Finalidad y de los Mecanismos de Autorregulación, establece: Artículo 1º Los servicios de radiodifusión sonora y por televisión deben contribuir a proteger o respetar los derechos fundamentales de las personas, así como los valores nacionales que reconoce la Constitución Política del Perú y los principios establecidos en la Ley de Radio y Televisión.

Artículo 2º El contenido del Código de Ética se basa en los principios y lineamientos que promueve la Ley de Radio y Televisión, así como en los tratados en materia de Derechos Humanos. Los titulares del servicio de radio y televisión signatarios rigen sus actividades conforme al presente Código de Ética y al Reglamento de Solución de Quejas y Comunicaciones aprobado por la Asamblea de Asociados de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión cuyos procedimientos y términos forman parte del presente Código. Artículo 3º La prestación de los servicios de radiodifusión se rige por los siguientes principios:

1. La defensa de la persona humana y el respeto a su dignidad.
2. La libertad de expresión, de pensamiento y de opinión.
3. El respeto al pluralismo informativo, político, religioso, social y cultural.
4. La defensa del orden jurídico democrático, de los derechos humanos fundamentales y de las libertades consagradas en los tratados internacionales y en la Constitución Política del Perú.
5. La libertad de información veraz e imparcial.

6. El fomento de la educación, cultura y moral de la nación.
7. La protección y formación integral de los niños y adolescentes, así como el respeto de la institución familiar.
8. La promoción de los valores y la identidad nacional.
9. La responsabilidad social de los medios de comunicación.
10. El respeto al honor, la buena reputación y la intimidad personal y familiar.
11. El respeto al derecho de rectificación.

1.6. Hipótesis

Hipótesis general

Existe relación entre percepción y la comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado – La Victoria, 2017.

Hipótesis Específicas

Existe relación entre la percepción y su relación con la comunicación corporal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107 - La Victoria, 2017.

Existe relación entre la percepción y su relación con comunicación paralingüística del programa Esto es Guerra en los estudiantes de cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107 - La Victoria, 2017

Existe relación entre la percepción y su relación con la comunicación espacial del programa Esto es Guerra en los estudiantes de cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107 - La Victoria, 2017

1.7. Objetivos

Objetivo General

Describir la percepción y la comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107 - La Victoria, 2017.

Objetivos específicos

Describir la percepción y su relación a la comunicación corporal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107 - La Victoria, 2017.

Describir la percepción y su relación a la comunicación paralingüística del programa Esto es Guerra en los estudiantes de cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107 - La Victoria, 2017.

Describir la percepción y su relación a la comunicación espacial del programa Esto es Guerra en los estudiantes de cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107 - La Victoria, 2017.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

Diseño

El diseño es no experimental, ya que las variables de la presente investigación no se manipularán, por lo que no habrá ningún tipo de modificación ni alteración en el proyecto. La investigación será analizada en su propio contexto.

Fernández Carlos y Baptista Pilar sostienen que el de diseño no experimental se define como aquella investigación que manipula deliberadamente las variables que utiliza. Es decir, esta investigación no hará variar la intencionalidad de la variable independiente y mucho menos la dependiente (2014, p.152).

Nivel y Tipo de estudio

El tipo de la presente investigación es tipo Transversal y su nivel es correlacional ya que hay más de una variable (percepción y comunicación no verbal) y esto se dará en un determinado año (2017).

Fernández Carlos y Baptista Pilar sostienen que este diseño establece y describe la relación entre dos o más conceptos, variables o categorías en un momento determinado (2014, p. 157).

2.2. Variables, Operacionalización

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Ítems	Escala de Valoración
Percepción de los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado.	<ul style="list-style-type: none"> Según Bruce (2012), la percepción es una experiencia sensorial consciente. Algunas aplicaciones médicas que dependen del conocimiento de la percepción son los aparatos de rehabilitar esta capacidad perceptual (p.5). Sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos (RAE) 	Movimiento	<ul style="list-style-type: none"> Percepción es un proceso cognitivo que ayuda al ser humano a no solo depender de la visión o del oído para sentir que se está comunicando. La percepción se da entorno a todo nuestro sistema corporal y mental. Aquí encontramos las dimensiones del movimiento, el color y el habla. 	Real	6 ítems	a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca
				Relativo		
				Aparente		
		Reflectancia y transmisión		6 ítems		
		Mezcla de luces				
		Mezcla de pintura				
		Señal acústica		6 ítems		
		Espectrograma de sonido				
		Fonemas				

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Ítems	Escala de Valoración
Comunicación no verbal del programa Esto es Guerra.	<ul style="list-style-type: none"> Según Hernández (2013), la comunicación no verbal se refiere a todas aquellas señas o señales relacionadas con la situación de comunicación que no son palabras escritas u orales (p.2). 	Corporal	<ul style="list-style-type: none"> ❖ La comunicación no verbal son todos aquellos apoyos que uno necesita para dar una información o transmitir algo. En este contexto los apoyos podrían ser desde el momento en que uno gestualiza, hasta la manera de hacer ruido. De aquí encontramos las dimensiones corporales, paralingüísticas y espaciales. 	Signos de afecto	6 ítems	a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca
				Signos de control		
				Signos de adaptación		
		Paralingüística		Cualidades de la voz	6 ítems	
				Vocalizaciones		
				Las características personales del emisor		
				Espacio interpersonal		
Territorialidad						
Espacial						

2.3. Población y muestra

Población

La población está conformada por 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107, el cual tiene 50 alumnos.

Muestra

Fernández Carlos y Baptista Pilar sostienen que el muestreo o muestra es el acto de seleccionar un subconjunto de un conjunto mayor, de un universo o una población de nuestro interés, a fin de garantizar y recolectar los datos suficientes para responder a nuestro planteamiento del problema (2014, p.186).

La muestra a utilizar será toda la población, es decir, se trabajará con los 50 estudiantes del 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado1107.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Encuesta

En el presente estudio, se utilizará la técnica de la encuesta. Según Hernández et al, es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas, así por ejemplo: Permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas (2014, parr.10).

Instrumento

El cuestionario

Validez:

Tabla 1

Validez de contenido por criterios: variable Percepción

Validadores	Nombre del Validador					Sumatoria
	Johana Schmidt	Katherine Orbegoso	Randall Seminario	Mónica Meneses	Karina Reyes	
Claridad	100%	83%	80%	100%	95%	458%
Objetividad	100%	90%	80%	100%	90%	460%
Pertinencia	100%	93%	80%	100%	80%	453%
Actualidad	100%	90%	80%	100%	95%	465%
Organización	100%	91%	80%	100%	90%	461%
Suficiente	100%	90%	80%	100%	80%	450%
Intencionalidad	100%	91%	80%	100%	95%	466%
Consistencia	100%	92%	80%	100%	90%	462%
Coherencia	100%	95%	80%	100%	80%	455%
Metodología	100%	90%	80%	100%	95%	465%
Total						4595%

$$p = \frac{4595\%}{50} = 91.90\%$$

Tabla 2

Validez de contenido por criterios

Validadores	Nombre del Validador					Sumatoria
	Johana Schmidt	Katherine Orbegoso	Randall Seminario	Mónica Meneses	Karina Reyes	
Claridad	98%	83%	80%	100%	90%	451%
Objetividad	100%	90%	80%	100%	90%	460%
Pertinencia	100%	93%	80%	100%	80%	453%
Actualidad	100%	90%	80%	100%	90%	460%
Organización	100%	91%	80%	100%	90%	461%
Suficiente	100%	90%	80%	100%	85%	455%
Intencionalidad	100%	91%	80%	100%	80%	451%
Consistencia	100%	92%	80%	100%	95%	467%
Coherencia	100%	95%	80%	100%	90%	465%
Metodología	100%	90%	80%	100%	80%	450%
Total						4573%

$$p = \frac{4573\%}{50} = 91.46\%$$

50%

$$P = \frac{\Sigma}{\text{Criterios} \times \text{validadores}}$$

Confiabilidad

Para medir la confiabilidad del instrumento en mención se acudirá al estadístico alfa de crombach para conocer su nivel de fiabilidad. Según Rodríguez-Torres. Decimos que una medición es “confiable” si podemos esperar, de manera razonable, que los resultados de dicha medición sean sistemáticamente precisos (2014).

Tabla 3

Estadísticas de fiabilidad Percepción

Alfa de Cronbach	N de elementos
,906	18

Tabla 4

Estadísticas de fiabilidad Comunicación no Verbal

Alfa de Cronbach	N de elementos
,838	16

$$\alpha = \frac{K \left(1 - \frac{\Sigma Vi}{Vt} \right)}{K - 1}$$

Donde:

- . α = Alfa de Conbrach
- . K= Número de ítems
- . V_i = Varianza de cada ítem
- . V_t = Varianza total

III. RESULTADOS

3.1. Resultados Estadísticos Descriptivos

Resultados Estadísticos Descriptivos de la Variable Percepción:

Determinar la descripción de la Variable Percepción del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107-La Victoria, 2017.

Tabla 5

Variable Percepción

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	21	42,0
	Medio	22	44,0
	Alto	7	14,0
	Total	50	100,0

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta

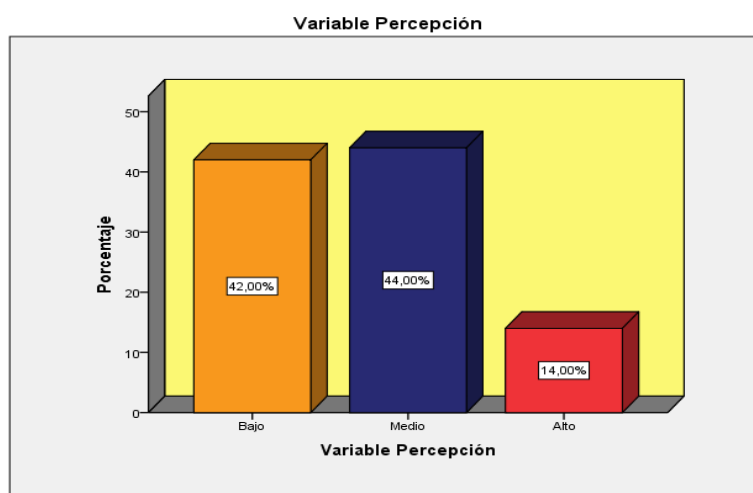


Figura 1: Barras según Variable percepción del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107-La Victoria, 2017.

Interpretación:

De la encuesta aplicada a estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107-La Victoria, se obtuvo que el 42% presenta una baja percepción frente al programa, un 44% presenta una percepción media, y 14% de la población presenta una alta percepción.

Decisión: Determinando que la percepción media es la que predominante en los estudiantes.

Resultados Estadísticos Descriptivos de la dimensión Movimiento de la variable Percepción:

Determinar la descripción de la dimensión Movimiento de la variable Percepción del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107-La Victoria, 2017.

Tabla 6
Dimensión Movimiento de la variable Percepción

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	28	56,0
	Medio	18	36,0
	Alto	4	8,0
	Total	50	100,0

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta

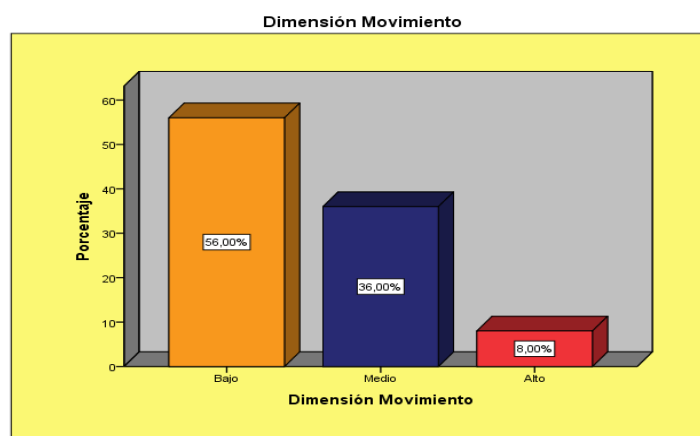


Figura 2: Barras según la dimensión Movimiento de la variable percepción del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107-La Victoria, 2017.

Interpretación:

De la encuesta aplicada a estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107-La Victoria, se obtuvo que el 56% presenta una baja percepción del movimiento frente al programa, un 36% presenta una percepción del movimiento media, y 8% de la población presenta una alta percepción del movimiento.

Decisión: Determinando que la percepción del movimiento baja es la que predominante en los estudiantes.

Resultados Estadísticos Descriptivos de la dimensión del Color de la variable Percepción:

Determinar la descripción de la dimensión Color de la variable Percepción del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107-La Victoria, 2017.

Tabla 7
Dimensión Color de la variable Percepción

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	22	44,0
	Medio	19	38,0
	Alto	9	18,0
	Total	50	100,0

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta

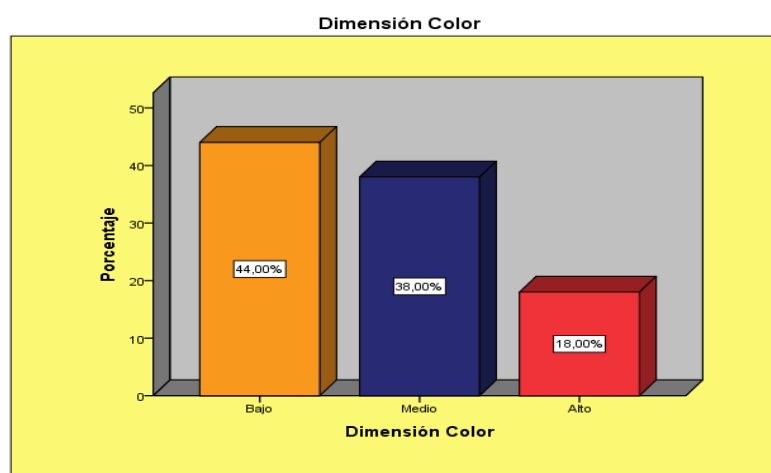


Figura 3: Barras según la dimensión Color de la variable percepción del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107-La Victoria, 2017.

Interpretación:

De la encuesta aplicada a estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107-La Victoria, se obtuvo que el 44% presenta una baja percepción del color frente al programa, un 38% presenta una percepción del color media, y 18% de la población presenta una alta percepción del color.

Decisión: Determinando que la percepción del color baja es la que predomina en los estudiantes.

Resultados Estadísticos Descriptivos de la dimensión Habla de la variable Percepción:

Determinar la descripción de la dimensión Habla de la variable Percepción del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107-La Victoria, 2017.

Tabla 8
Dimensión habla de la variable Percepción

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	19	38,0
	Medio	28	56,0
	Alto	3	6,0
	Total	50	100,0

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta

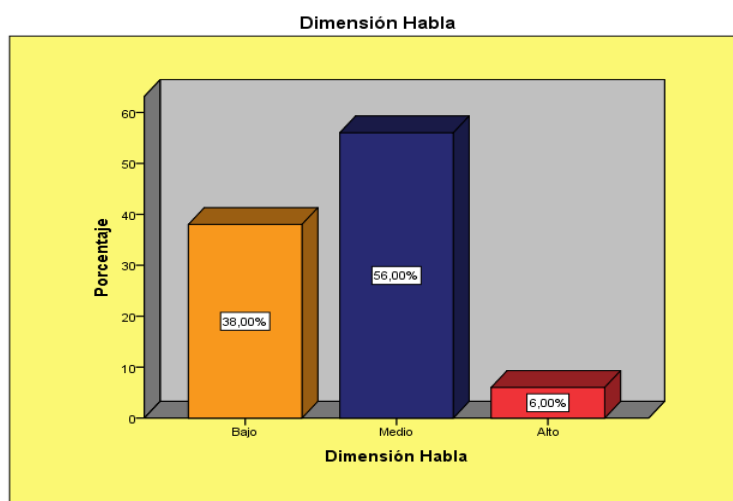


Figura 4: Barras según la dimensión Habla de la variable percepción del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107-La Victoria, 2017.

Interpretación:

De la encuesta aplicada a estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107-La Victoria, se obtuvo que el 38% presenta una baja percepción del habla frente al programa, un 56% presenta una percepción del habla media, y 14% de la población presenta una alta percepción del habla.

Decisión: Determinando que la percepción media es la predominante en los estudiantes.

Resultados Estadísticos Descriptivos de la Variable Comunicación no verbal:

Determinar la descripción de la Variable Comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107-La Victoria, 2017.

Tabla 9

Variable Comunicación no verbal

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	19	38,0
	Medio	29	58,0
	Alto	2	4,0
	Total	50	100,0

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta

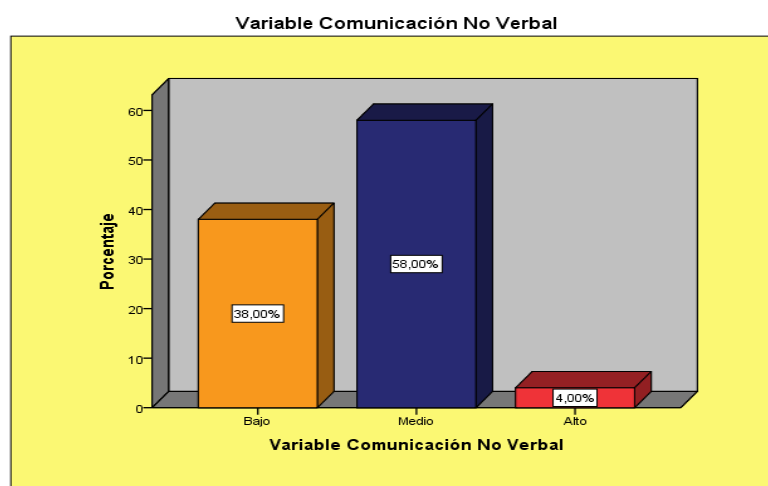


Figura 5: Barras según Variable Comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107-La Victoria, 2017.

Interpretación:

De la encuesta aplicada a estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107-La Victoria, se obtuvo que el 38% presenta una baja comunicación no verbal frente al programa, un 58% presenta una comunicación no verbal media, y 4% de la población presenta una alta comunicación no verbal.

Decisión: Determinando que la comunicación no verbal media es la que predomina en los estudiantes.

Resultados Estadísticos Descriptivos de la dimensión Corporal de la variable Comunicación no verbal:

Determinar la descripción de la dimensión Corporal de la variable Comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107-La Victoria, 2017.

Tabla 10

Dimensión Corporal de la variable Comunicación no verbal

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	19	38,0
	Medio	29	58,0
	Alto	2	4,0
	Total	50	100,0

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta

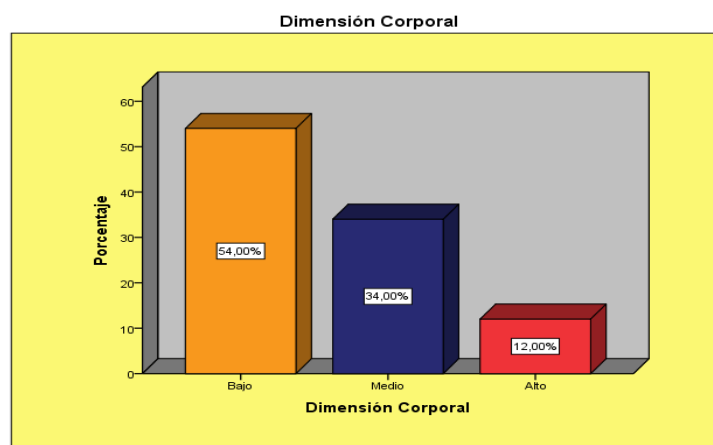


Figura 6: Barras según la dimensión Corporal de la variable Comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107-La Victoria, 2017.

Interpretación:

De la encuesta aplicada a estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107-La Victoria, se obtuvo que el 54% presenta una baja comunicación no verbal corporal frente al programa, un 34% presenta una comunicación no verbal corporal media, y 12% de la población presenta una alta comunicación no verbal corporal.

Decisión: Determinando que la comunicación no verbal corporal baja es la que predomina en los estudiantes.

Resultados Estadísticos Descriptivos de la dimensión Paralingüística de la variable Comunicación no verbal:

Determinar la descripción de la dimensión Paralingüística de la variable Comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107-La Victoria, 2017.

Tabla 11

Dimensión Paralingüística de la variable Comunicación no verbal

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	15	30,0
	Medio	33	66,0
	Alto	2	4,0
	Total	50	100,0

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta

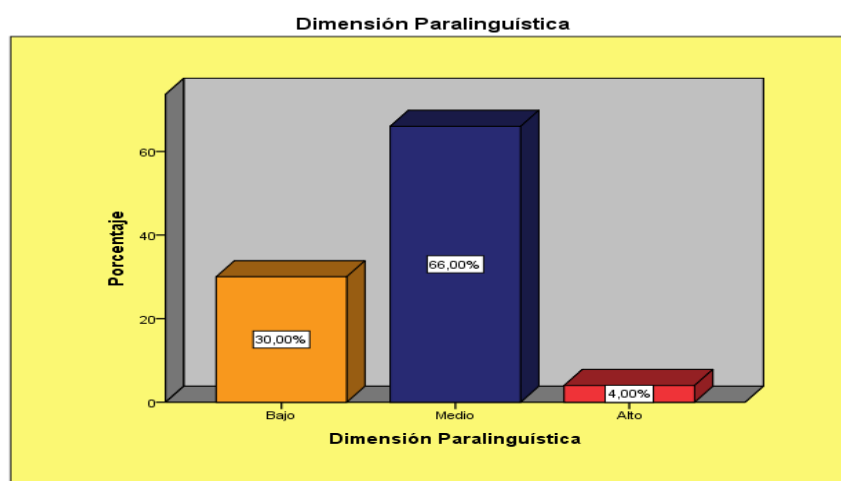


Figura 7: Barras según la dimensión Paralingüística de la variable comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107-La Victoria, 2017

Interpretación:

De la encuesta aplicada a estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107-La Victoria, se obtuvo que el 30% presenta una baja comunicación no verbal paralingüística frente al programa, un 66% presenta una comunicación no verbal paralingüística media, y 4% de la población presenta una alta comunicación no verbal paralingüística.

Decisión: Determinando que la comunicación no verbal paralingüística media es la que predomina en los estudiantes.

Resultados Estadísticos Descriptivos de la dimensión Espacial de la variable Comunicación no verbal:

Determinar la descripción de la dimensión Espacial de la variable Comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107-La Victoria, 2017.

Tabla 12

Dimensión Espacial de la variable Comunicación no verbal

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	23	46,0
	Medio	21	42,0
	Alto	6	12,0
	Total	50	100,0

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta

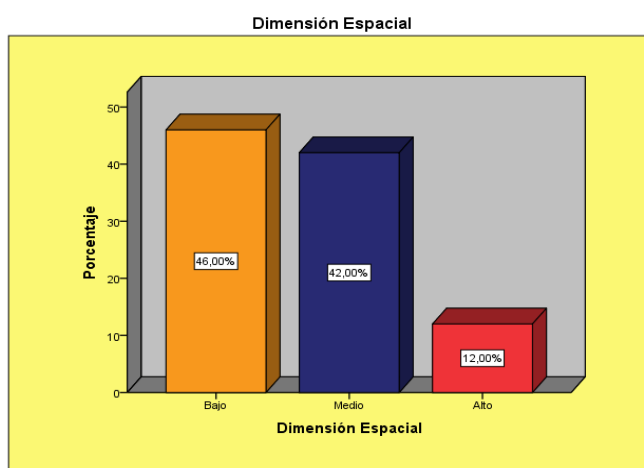


Figura 8: Barras según la dimensión corporal de la variable comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107-La Victoria, 2017.

Interpretación:

De la encuesta aplicada a estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107-La Victoria, se obtuvo que el 46% presenta una baja comunicación no verbal espacial frente al programa, un 42% presenta una comunicación no verbal espacial media, y 12% de la población presenta una alta comunicación no verbal espacial.

Decisión: Determinando que la comunicación no verbal espacial baja es la que predomina en los estudiantes.

Contrastación de hipótesis

Se ha utilizado para la contrastación de las hipótesis general y específicas, la correlación lineal de Spearman como prueba estadística no paramétrica que permite determinar la relación entre las variables de estudio Percepción y Comunicación No Verbal en la muestra de estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado – La Victoria, 2017; de manera específica, para establecer la relación entre el total de la variable Percepción con cada una de las dimensiones de la variable Comunicación No Verbal.

Previamente a la contrastación de las hipótesis, se procedió a aplicar el test de normalidad a los datos de cada una de las variables de estudio, es decir, tanto para la variable Percepción como para la de Comunicación No Verbal, para elegir de acuerdo a ello la prueba estadística adecuada. Los resultados son los siguientes:

Test de normalidad de Kolmogorov-Smirnov

Tabla 13

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Variable Percepción	,157 (NS)	50	,004
Variable Comunicación No Verbal	,159 (NS)	50	,003

(NS) No significativo al nivel de $p < 0,05$.

Las hipótesis de normalidad para los datos de la variable Percepción se muestran a continuación:

Ho: Los datos de la variable Percepción presentan distribución normal.

Ha: Los datos de la variable Percepción no presentan distribución normal.

Al haberse obtenido un valor de Kolmogorov-Smirnov de 0,157, el cual tiene como valor de significación resultante el equivalente a 0,004, se constata pues que el valor de Kolmogorov-Smirnov obtenido no es estadísticamente significativo al nivel de $p > 0,05$. Por lo tanto, se decide rechazar la hipótesis nula. Es decir, se puede

afirmar que los datos de la variable Percepción no presentan distribución normal.

Del mismo modo, las hipótesis de normalidad para los datos de la variable Comunicación No Verbal se formulan de la manera siguiente:

H₀: Los datos de la variable Comunicación No Verbal presentan distribución normal.

H_a: Los datos de la variable Comunicación No Verbal no presentan distribución normal.

Al haberse obtenido un valor de Kolmogorov-Smirnov de 0,159, el cual tiene como valor de significación resultante el equivalente a 0,003, se constata pues que el valor de Kolmogorov-Smirnov obtenido es estadísticamente significativo al nivel de $p < 0,05$. En consecuencia, se acepta la hipótesis nula. Esta decisión significa que los datos de la variable de estudio Comunicación No Verbal no presentan distribución normal.

Conclusión: Al no contar la variable Comunicación No Verbal con distribución normal de sus datos, procede la aplicación de la correlación lineal de Spearman como prueba estadística adecuada para la contrastación de las hipótesis.

Contrastación de la hipótesis general

H₀: No existe relación entre percepción y la comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado – La Victoria, 2017.

H_g: Existe relación entre percepción y la comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado – La Victoria, 2017.

Tabla 14

Correlaciones entre las variables Percepción y Comunicación No Verbal en la muestra de estudiantes de la Institución Educativa Javier Prado.

		Comunicación No Verbal
Percepción	Correlación de Spearman	0,000
	Sig. (unilateral)	0,997
	N	50

Como se observa en la tabla 14, el coeficiente de correlación de Spearman obtenido ($r = 0,000$; Sig. = 0,997) entre las variables Percepción y Comunicación No Verbal, es un valor que indica una correlación nula entre estas variables, en opinión de Elorza (1987). Este resultado, no obstante, es estadísticamente significativo para el nivel de $p < 0,01$, y es, asimismo, indicador de que ambas variables no se relacionan; es decir, la puntuación en la variable Percepción que obtenga la muestra de estudiantes de la Institución Educativa Javier Prado, no se relaciona con la puntuación de la variable Comunicación No Verbal.

Decisión: Por lo tanto, según los resultados obtenidos, se acepta la hipótesis nula de la hipótesis general de estudio.

Figura 9

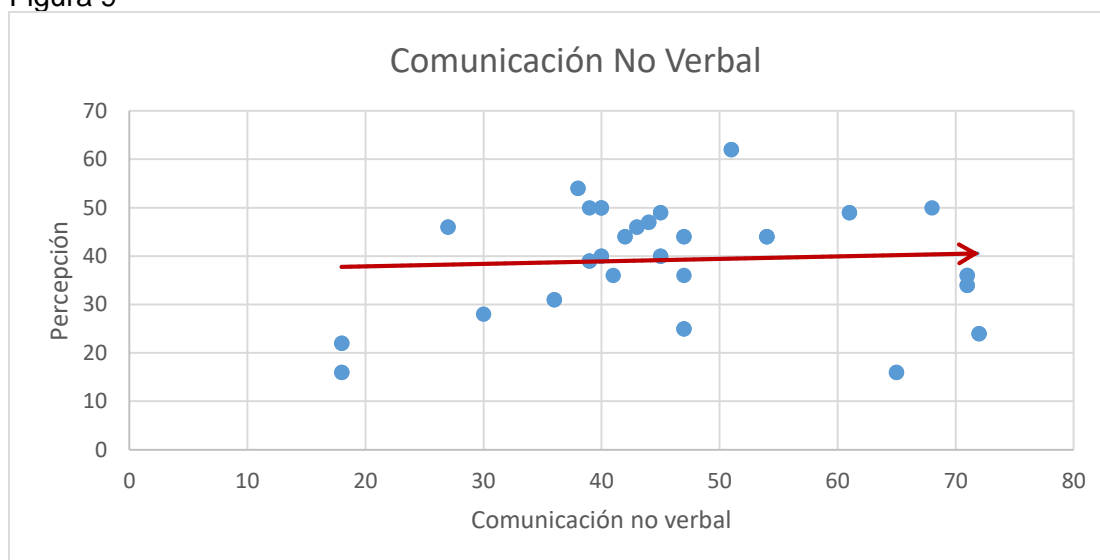


Figura 9. Diagrama de dispersión entre las variables de estudio Percepción y Comunicación No Verbal en la muestra de estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado – La Victoria, 2017.

Contrastación de las hipótesis secundarias (1)

H₀: No existe relación entre percepción y la comunicación corporal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado – La Victoria, 2017.

H₁: Existe relación entre percepción y la comunicación corporal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado – La Victoria, 2017.

Tabla 15

Correlaciones entre la variable Percepción y la dimensión: comunicación corporal en la muestra de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado – La Victoria, 2017.

		Corporal
Percepción	Correlación de Spearman	0,029
	Sig. (unilateral)	0,839
	N	50

Según se observa en la tabla 15, el coeficiente de correlación de Spearman obtenido ($r = 0,029$; Sig. = $0,839$) entre la variable Percepción y la dimensión: Comunicación Corporal, de la variable Comunicación No Verbal, es un valor que indica una correlación nula, en opinión de Elorza (1987). Este resultado, no obstante, es estadísticamente significativo para el nivel de $p < 0,01$, y es indicador, además, de que no existe una correlación entre la puntuación de la variable Percepción y la puntuación en la dimensión: Comunicación Corporal, de la variable Comunicación No Verbal.

Decisión: Por lo tanto, en vista de los resultados obtenidos, se acepta la hipótesis nula.

Figura 10

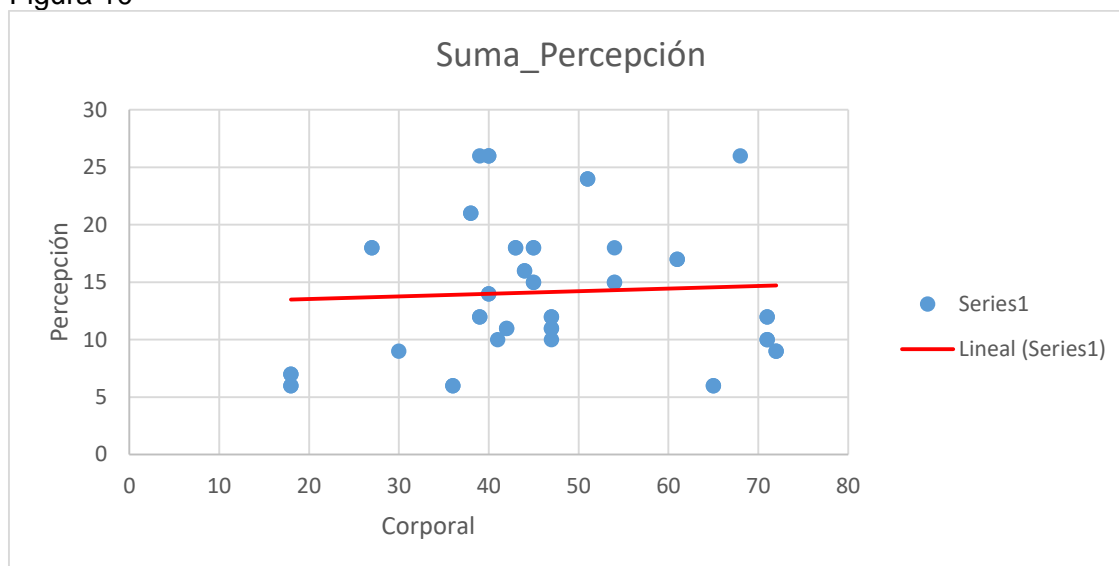


Figura 10. Diagrama de dispersión entre la variable Percepción y la dimensión: Comunicación Corporal en la muestra de estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado – La Victoria, 2017.

Contrastación de las hipótesis secundarias (2)

H₀: No existe relación entre percepción y la comunicación paralingüística del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado – La Victoria, 2017.

H₁: Existe relación entre percepción y la comunicación paralingüística del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado – La Victoria, 2017.

Tabla 16

Correlaciones entre la variable Percepción y la dimensión: comunicación paralingüística en la muestra de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado – La Victoria, 2017.

		Paralingüística
Percepción	Correlación de Spearman	0,171
	Sig. (unilateral)	0,236
	N	50

Según se observa en la tabla 16, el coeficiente de correlación de Spearman obtenido ($r = 0,171$; Sig. = 0,236) entre la variable Percepción y la dimensión:

Comunicación Paralingüística, de la variable Comunicación No Verbal, es un valor que indica una correlación nula, en opinión de Elorza (1987). Este resultado, no obstante, es estadísticamente significativo para el nivel de $p < 0,01$, y es indicador, además, de que no existe una correlación entre la puntuación de la variable Percepción y la puntuación en la dimensión: Comunicación Paralingüística, de la variable Comunicación No Verbal.

Decisión: Por lo tanto, en vista de los resultados obtenidos, se acepta la hipótesis nula.

Figura 11

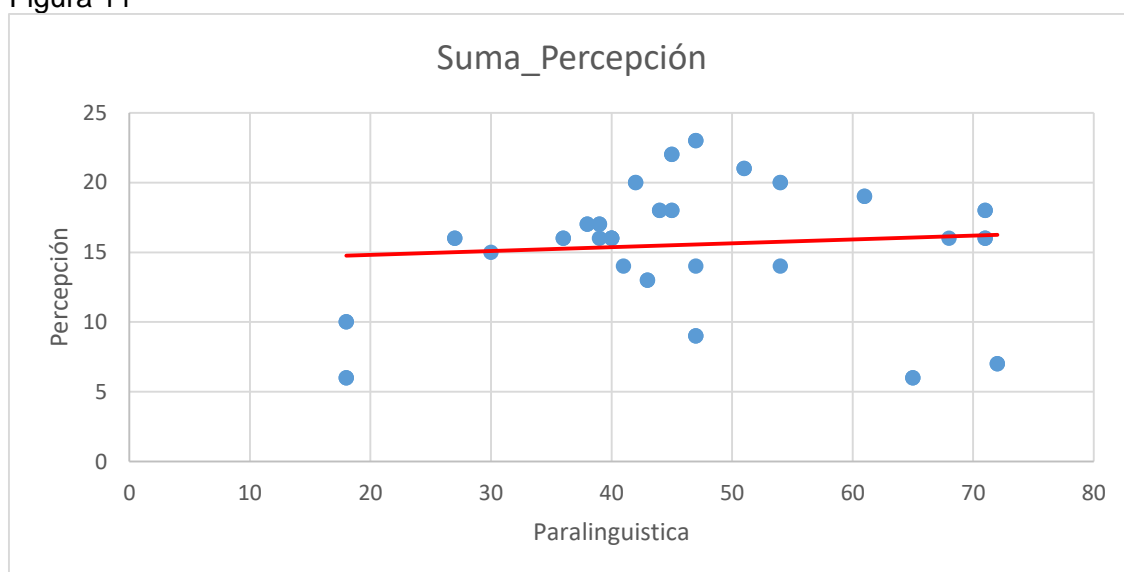


Figura 11. Diagrama de dispersión entre la variable Percepción y la dimensión: Comunicación Paralingüística en la muestra de estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado – La Victoria, 2017.

Contrastación de las hipótesis secundarias (3)

H₀: No existe relación negativa entre percepción y la comunicación espacial del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado – La Victoria, 2017.

H₁: Existe relación negativa entre percepción y la comunicación espacial del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado – La Victoria, 2017.

Tabla 17

Correlaciones entre la variable Percepción y la dimensión: comunicación espacial en la muestra de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado – La Victoria, 201.

		Espacial
Percepción	Correlación de Spearman	-0,044
	Sig. (unilateral)	0,759
	N	50

Según se observa en la tabla 17, el coeficiente de correlación de Spearman obtenido ($r = -0,044$; Sig. = 0,759) entre la variable Percepción y la dimensión: Comunicación Espacial, de la variable Comunicación No Verbal, es un valor que indica una correlación nula, en opinión de Elorza (1987). Este resultado, no obstante, es estadísticamente significativo para el nivel de $p < 0,01$, y es indicador, además, de que no existe una correlación entre la puntuación de la variable Percepción y la puntuación en la dimensión: Comunicación Espacial, de la variable Comunicación No Verbal.

Decisión: Por lo tanto, en vista de los resultados obtenidos, se acepta la hipótesis nula.

Figura 12

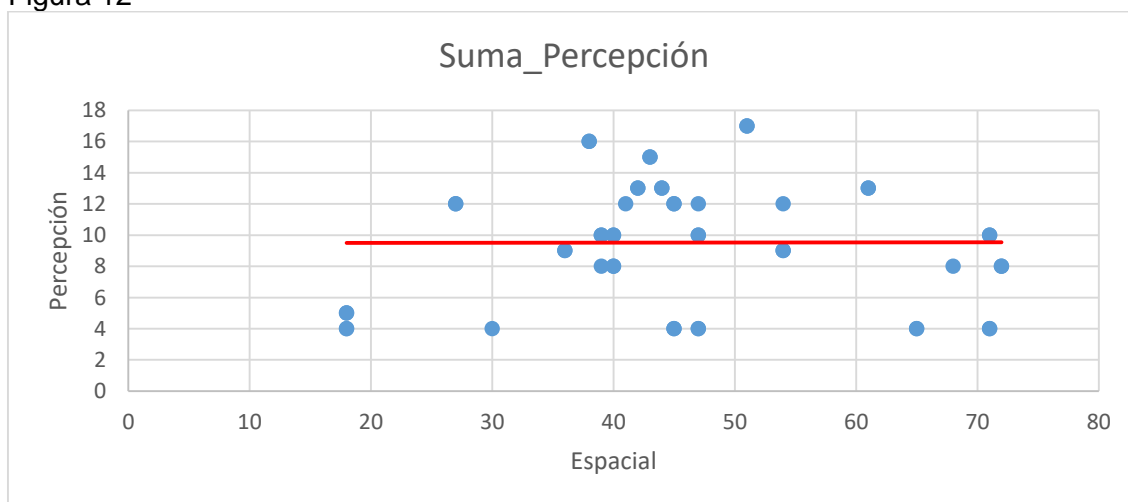


Figura 12. Diagrama de dispersión entre la variable Percepción y la dimensión: Comunicación Espacial en la muestra de estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado – La Victoria, 2017.

IV. DISCUSIÓN

IV. DISCUSIÓN

La presente investigación describe la variable percepción y comunicación no verbal del programa “Esto es Guerra” en los estudiantes del 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado –La Victoria, 2017.

En relación al **objetivo general** que consiste en describir la relación entre la percepción y la comunicación del programa “Esto es Guerra”, el resultado fue que la Percepción no se relaciona con la Comunicación No Verbal. Por lo que en el cuadro descriptivo que se realizó, se determinó que el 42% tiene una baja, el 44% tiene una media y el 14% tiene una alta percepción frente al programa. A diferencia de la Organización Girl Scouts de Estados Unidos en el 2011, quienes realizaron un estudio denominado “Las jóvenes y los reality shows”, en donde analizó la influencia que ejercen los reality shows de competencia (American Idol, Project Runway) y los programas sobre la “vida real” (Jersey Shore, The Hills) en las adolescentes. Se determinó que el 65% expresó que los programas reality les han permitido conocer nuevas ideas y perspectivas, el 62% consideró que los programas han mejorado su conciencia sobre asuntos y causas sociales y el 59% afirmó que les han enseñado cosas nuevas que no habían podido aprender en otro lugar.

En relación al **primer objetivo específico** que consiste en describir la percepción y su relación a la comunicación corporal del programa Esto es Guerra, los resultados de la investigación muestran que no existe ninguna relación entre percepción y la comunicación no verbal (corporal). Los datos fueron que el 54% presenta una baja comunicación no verbal corporal frente al programa, un 34% presenta una comunicación no verbal corporal media, y 12% de la población presenta una alta comunicación no verbal corporal. A diferencia de Alberca, E.(2015) quien realizó “El contenido periodístico del diario Depor en relación a la percepción de estudiantes de 18 a 22 años de la Universidad Privada del Norte. Caso: Torneo del Inca “Copa Movistar” en los meses de febrero-abril del 2015”. Se determinó que el 43% de las personas encuestadas aprobaron el contenido periodístico del diario Depor, lo que la percepción fue alta.

En relación al **segundo objetivo específico** en la investigación halló que no existe relación entre percepción y la comunicación paralingüística del programa Esto es Guerra. Los datos fueron que el 30% presenta una baja comunicación no verbal paralingüística frente al programa: un 66% presenta una comunicación no verbal paralingüística media y 4% de la población presenta una alta comunicación no verbal paralingüística. A diferencia de Jaucala (2011), quien presentó “Análisis del estereotipo de la niñez en las teleseries peruanas, Caso: Al fondo hay sitio”, se concluyó que esta teleserie era imitada por los menores, el cual tenía el tratamiento y la imagen que se le da a los niños.

En relación al **tercer objetivo específico** que corresponde a la percepción y su relación a la comunicación espacial del programa Esto es Guerra, el resultado es que no existe ninguna relación entre variable y dimensión. Los datos fueron que el 46% presenta una baja comunicación no verbal espacial frente al programa; un 42% presenta una comunicación no verbal espacial media y 12% de la población presenta una alta comunicación no verbal espacial. Para Samanez, M.(2013) quien realizó la investigación “Percepción de los usuarios sobre el mensaje que transmite la marca de una empresa cervera por medio de la publicidad viral Facebook. Caso: convocados cerveza Cristal”. Se determinó que la percepción de los usuarios sobre el mensaje que transmite la campaña convocados por medio del uso de la publicidad viral es positivo, ya que para los usuarios el mensaje que transmite la campaña les da ánimos para alentar a la selección peruana y estar unidos y comprometidos por la selección “donde juega Perú, todos jugamos”.

V. CONCLUSIÓN

V. CONCLUSIÓN

De la encuesta aplicada a los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107, en el distrito de La Victoria, se obtuvo que:

- Primera:** No hay relación entre la Percepción y la Comunicación no verbal. En las tablas descriptivas se observó que el 44% presenta una percepción media frente al programa “Esto es Guerra”, Determinando que la percepción media es la que predominante en los estudiantes. En relación a la segunda variable se obtuvo que el 58% presenta una comunicación no verbal media. Determinando que la comunicación no verbal media es la que predomina en los estudiantes.
- Segunda:** No hay relación entre la Percepción y la dimensión corporal de la variable Comunicación no verbal. En las tablas descriptivas se observó que el 54% presenta una baja comunicación no verbal corporal frente al programa “Esto es Guerra”. Determinando que la comunicación no verbal corporal baja es la que predomina en los estudiantes.
- Tercera:** No hay relación entre la Percepción y la dimensión paralingüística de la variable Comunicación no verbal. En las tablas descriptivas se observó que el 66% presenta una comunicación no verbal paralingüística media frente al programa “Esto es Guerra”. Determinando que la comunicación no verbal paralingüística media es la que predomina en los estudiantes.
- Cuarta:** No hay relación entre la Percepción y la dimensión espacial de la variable Comunicación no verbal. En las tablas descriptivas se observó que el 46% presenta una baja comunicación no verbal espacial frente al programa “Esto es Guerra”. Determinando que la comunicación no verbal espacial baja es la que predomina en los estudiantes.

VI. **RECOMENDACIONES**

VI. RECOMENDACIONES

- Primera:** Se recomienda construir estrategias de comunicación dirigida a los estudiantes que les permita identificar de manera adecuada la programación de televisión y la importancia en su educación.
- Segunda:** Para mejorar la percepción en relación a la comunicación corporal se recomienda que los jóvenes realicen actividades físicas que contribuyan a la mejora de su desarrollo personal.
- Tercera:** En cuanto a la percepción en relación a la comunicación paralingüística es necesario que los jóvenes reconozcan los lugares de recreación para mantenerse en contacto con lo natural.
- Cuarta:** Es recomendable que los medios de comunicación utilicen adecuadamente los horarios en cuanto a su programación y no alterar el comportamiento social.

VII. REFERENCIAS

VII Referencias

- Alberca, E.(2015). El contenido periodístico del diario Depor en relación a la percepción de estudiantes de 18 a 22 años de la Universidad Privada del Norte. Caso: Torneo del Inca “Copa Movistar” en los meses de febrero-abril del 2015. Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo. (Acceso 5 de abril de 2017)
- Arboccó, M. y O’ Brien, J.(2012). “Impacto de la “televisión basura” en la mente y en la conducta de niños y adolescentes. Tesis de licenciatura, Universidad San Martín de Porres. (Acceso 6 de abril de 2017)
- Atienza Muñoz, P (2013). Historia y evolución del montaje audiovisual. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Aznar, J (2017). Psicología de la percepción visual. Recuperada de Chrome-extensión: <http://www.ub.edu/pa1/node/110>
- Barcelata, E (2004). El Impacto del Reality Show: Big Brother mexicano. Un Análisis de Estudios Culturales. Tesis de doctorado. Recuperada: catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/barcelata_e_ch/resumen.pdf
- Blanes, A (2016). La teoría de las inteligencias múltiples. UAB Recuperada de Chrome-extensión:[http://bioinformatica.uab.cat/base/documents/genetica_gen/portfolio/La %20teor%C3%ADa%20de%20las%20Inteligencias%20m%C3%BAltiples%202016_5_25P23_3_27.pdf](http://bioinformatica.uab.cat/base/documents/genetica_gen/portfolio/La%20teor%C3%ADa%20de%20las%20Inteligencias%20m%C3%BAltiples%202016_5_25P23_3_27.pdf)
- Bruce, E (2012). Sensación y percepción (8ª ed.). Madrid: Cengage.
- Carlos Fernández, L. G. (2009). Teorías de la Comunicación. México D.F: Mc Graw Hill.
- Cordón, M. (2010). La influencia de la televisión y la modificación de valores éticos y morales de los y las adolescentes comprendidos en las edades de 13 y 14 años de un colegio del municipio de Mixco del departamento de Guatemala. Tesis de licenciatura. Recuperada: biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0734.pdf
- Delgado, F. (2016). La comunicación no verbal. Recuperada de chrome-extensión: <http://assets.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448175743.pdf>
- Fuente-Alba Cariola, F (2013). La TV local ante el abismo de la televisión digital terrestre. Santiago de Chile: Ril editores.

- Gastelo, D. (2010). La ética y los medios de comunicación: su repercusión en la población de Chiclayo centro, periodo 2009. Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo. (Acceso 12 de abril de 2017)
- Hernández, A (2013). Comunicación verbal y no verbal. Recuperada de chrome-extensión: <https://licangelahdez.files.wordpress.com/2014/01/unidad-i-com-verbal-y-no-verbal-oeii.pdf>
- Hernández, G. (2008). Lo público y lo privado en los realitys show colombianos. Artículo científico. Recuperada: www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis46.pdf
- Jaucala (2011). Análisis del estereotipo de la niñez en las teleseries peruanas, Caso: Al fondo hay sitio. Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo. (Acceso 12 de abril de 2017)
- La Organización Girl Scouts de Estados Unidos (2011). Las jóvenes y los reality shows. Tesis de maestría. Recuperada: <https://eldiariony.com/2011/11/07/las-girl-scouts-tienen-lider-hispana/>
- Manzanero, A (2016). Psicología de la Percepción. Recuperada de Chrome-extensión: <http://psicologiapercepcion.blogspot.pe/p/percepcion-del-movimiento-la-forma-y-la.html>
- Rojas, G.(2015). Relación entre el contenido del programa “Esto es guerra” y el comportamiento estereotipado de los alumnos del 4º, 5º y 6º grado del colegio privado Señor de los Milagros, Ventanilla, 2015. Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo. (Acceso 5 de abril de 2017)
- Samanez, M.(2013). Percepción de los usuarios sobre el mensaje que transmite la marca de una empresa cervera por medio de la publicidad viral Facebook. Caso: convocados cerveza Cristal. Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo. (Acceso 5 de abril de 2017)
- Santín, M. (2013). La ética olvidada: el valor comercial de los espacios informativos de la televisión en España. Tesis de maestría. Recuperada: http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2013000200015

Vargas, M. (2013). Imagen de los niños y niñas en la televisión. Análisis cualitativo de la programación de la televisión de señal abierta en Lima. Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo. (Acceso 5 de abril de 2017)

Villagrasa, J. M. (2011). ¡Atrápalos como puedas! Valencia: lo blanch.

ANEXOS

ANEXO N°1: INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Universidad Cesar Vallejo Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación

Percepción y Comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107 – La Victoria, 2017.

Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para recopilar datos acerca del.....
.....Le agradezco de antemano cada minuto de su tiempo para responder con las siguientes preguntas del cuestionario:

Instrucciones: Marcar con un aspa (X) la alternativa que usted crea conveniente. Se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible.

Totalmente de acuerdo (5)

De acuerdo (4)

Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo (3)

En desacuerdo (2)

Totalmente en desacuerdo (1)

Dirección:.....

Distrito:.....

Edad:

Sexo:

Variable: Percepción		Escala				
Dimensiones	Indicadores	1	2	3	4	5
Movimiento	Real					
	1	Crees que los competidores de Esto es Guerra bailan como lo hacen en el programa				
	2	Cuándo ves los bailes del programa te gusta imitarlo				
	Relativo					
3	Crees que todos los competidores de Esto es Guerra bailan igual					

	4	Consideras que los bailes del programa Esto es Guerra se da en el mismo lugar que compiten							
	Aparente		Escala						
	5	Compras los productos que promocionan en el programa							
	6	Te gustan los juegos que realizan en el programa							
Color	Reflectancia y transmisión								
	7	Cuándo hablan los competidores de Esto es Guerra los enfocan							
	8	Cuándo compiten en el programa estás atento a tu equipo							
	Mezcla de luces		Escala						
	9	Te llama la atención las luces que utiliza el programa							
	10	Apagan las luces en el escenario para los juegos de resistencia							
	Mezcla de pintura								
	11	Sientes que los colores del equipo "Las Cobras" del programa es el adecuado							
	12	Sientes que los colores del equipo "Los Leones" del programa es el adecuado							
Habla	Señal acústica		Escala						
	13	Los competidores silban durante el programa							
	14	Se renuevan los temas musicales en el programa							
	Espectrograma de sonido		Escala						
	15	Entiendes cuando en el programa utilizan los tarareos para cantar una canción							
	16	Comprendes cómo funcionan todos los juegos en el programa							
	Fonemas		Escala						
	17	Los competidores acostumbran a resumir las palabras							
	18	Todos los competidores tienen apodos							

ANEXO N°1: INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Universidad Cesar Vallejo Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación

Percepción y Comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107 – La Victoria, 2017.

Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para recopilar datos acerca del.....
.....Le agradezco de antemano cada minuto de su tiempo para responder con las siguientes preguntas del cuestionario:

Instrucciones: Marcar con un aspa (X) la alternativa que usted crea conveniente. Se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible.

Totalmente de acuerdo (5)

De acuerdo (4)

Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo (3)

En desacuerdo (2)

Totalmente en desacuerdo (1)

Dirección:.....

Distrito:.....

Edad:

Sexo:

Variable: Comunicación no verbal		Escala					
Dimensiones	Indicadores	1	2	3	4	5	
Corporal	Signos de afecto						
	19	Te gusta cuando los competidores hacen gestos en su rostro					
	20	Encuentras llamativos que los competidores de Esto es Guerra se rían frente a cámaras					
	Signos de control		Escala				
	21	Te llama la atención que los competidores de Esto es Guerra se comuniquen con señas					
	22	Identificas a tu competidor por su voz					
	Signos de adaptación		Escala				
23	Crees que los competidores del programa manejan tus mismos movimientos cuando hablan						

	24	El programa te ayuda a tener un modelo a seguir						
Paralingüística	Cualidades de la voz							
	25	El juego de hip hop genera conflictos en los competidores						
	26	Cuándo cantan en el duelo de hip hop hay gritos entre competidores						
	Vocalizaciones		Escala					
	27	Se llevan bien los competidores del programa						
	28	Los competidores del programa se expresan de manera adecuada						
	Las características personales del emisor							
	29	Creer que la vestimenta de los competidores es la adecuada para las competencias que realizan						
30	Creer que en el programa se visten bien fuera del programa							
Espacial	Espacio interpersonal		Escala					
	31	Creer que tu competidor favorito del programa es sencillo						
	32	Creer que los competidores en los juegos tienen una buena comunicación						
	Territorialidad		Escala					
	33	Creer que los competidores de otro país se sienten identificados con el Perú						
34	Creer que el programa se beneficia con competidores de otro país							

ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: “Percepción y comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado – La Victoria, 2017”

RESPONSABLE: Camborda Falcon, Frank

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES							
			VARIABLE INDEPENDIENTE: PERCEPCIÓN							
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	PERCEPCIÓN	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Diseño Metodológico
¿Cómo se da la percepción y la comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado – La Victoria, 2017?	Describir la percepción y su relación con comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107 - La Victoria, 2017.	Existe relación entre percepción y la comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado – La Victoria, 2017.		Según Bruce (2012), la percepción es una experiencia sensorial consciente. Algunas aplicaciones médicas que dependen del conocimiento de la percepción son los aparatos de rehabilitar esta capacidad perceptual (p.5).	La percepción es un proceso cognitivo que ayuda al ser humano a no solo depender de la visión o del oído para sentir que se está comunicando. La percepción se da entorno a todo nuestro sistema corporal y mental. Aquí encontramos las dimensiones del movimiento, el color y el habla.	Movimiento	Real	2	Ordinal	Población: 60 estudiantes del cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado , 2017. Muestra: 60 estudiantes del cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado , 2017. Tipo de Investigación: Aplicada Nivel de Investigación: Descriptivo Correlacional Diseño: No Experimental de corte transversal Método de Investigación: de
							Relativo	2	Ordinal	
							Aparente	2	Ordinal	
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas			Color	Reflectancia y transmisión	2	Ordinal		
						Mezcla de luces	2	Ordinal		
						Mezcla de pintura	2	Ordinal		
¿Cómo es la percepción y su relación con la comunicación corporal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107 - La Victoria, 2017?	Describir la percepción y su relación a la comunicación corporal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107 - La Victoria, 2017.	Existe relación entre la percepción y su relación con la comunicación corporal del programa Esto es Guerra en los estudiantes de cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107 - La Victoria, 2017.			Habla	Señal acústica	2	Ordinal		
						Espectrograma de sonido	2	Ordinal		
						Fonemas	2	Ordinal		

			VARIABLE DEPENDIENTE: COMUNICACIÓN NO VERBAL						1. Técnicas de Obtención de Datos: La encuesta 2. Instrumento para obtener datos: Cuestionario=Escala Likert 3. Técnica para el procesamiento de datos: Programa estadístico SPSS Versión 22	
			Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala		
¿Cómo es la percepción y su relación con comunicación paralingüística del programa Esto es Guerra en los estudiantes de cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107 - La Victoria, 2017?	Describir la percepción y su relación a la comunicación paralingüística del programa Esto es Guerra en los estudiantes de cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107 - La Victoria, 2017.	Existe relación entre la percepción y su relación con comunicación paralingüística del programa Esto es Guerra en los estudiantes de cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107 - La Victoria, 2017	COMUNICACIÓN NO VERBAL	Según Hernández (2013), la comunicación no verbal se refiere a todas aquellas señas o señales relacionadas con la situación de comunicación que no son palabras escritas u orales (p.2).	La comunicación no verbal son todos aquellos apoyos que uno necesita para dar una información o transmitir algo. En este contexto los apoyos podrían ser desde el momento en que uno gestualiza, hasta la manera de hacer ruido. De aquí encontramos las dimensiones corporales, paralingüísticas y espaciales.	Corporal	Signos de afecto	2		Ordinal
¿Cómo es la percepción y su relación con la comunicación espacial del programa Esto es Guerra en los estudiantes de cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107 - La Victoria, 2017?	Describir la percepción y su relación a la comunicación espacial del programa Esto es Guerra en los estudiantes de cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107 - La Victoria, 2017.	Existe relación entre la percepción y su relación con la comunicación espacial del programa Esto es Guerra en los estudiantes de cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado 1107 - La Victoria, 2017					Paralingüística	Signos de control	2	Ordinal
								Signos de adaptación	2	Ordinal
						Espacial	Cualidades de la voz	2	Ordinal	
							Vocalizaciones	2	Ordinal	
							Las características personales del emisor	2	Ordinal	
										Espacio interpersonal
							Territorialidad	2	Ordinal	

ANEXO 3: Validación de los instrumentos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Reyes Bernuy, Karina Patzi
- I.2. Especialidad del Validador
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Maestro en Periodismo y Comunic. Multimedia/UCV
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
- I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					95%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					90%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				80%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					95%
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					90%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				80%	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					95%
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					90%
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				80%	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					95%
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....
Informe aceptable para su aplicación

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

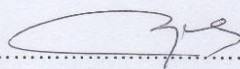
San Juan de Lurigancho, 21 de Noviembre del 2017.

Firma de experto informante

DNI: 09287659Teléfono: 963839911

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:**Variable 1: PERCEPCIÓN**

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	/		
Ítem 2	/		
Ítem 3	/		
Ítem 4	/		
Ítem 5	/		
Ítem 6	/		
Ítem 7	/		
Ítem 8	/		
Ítem 9	/		
Ítem 10	/		
Ítem 11	/		
Ítem 12	/		
Ítem 13	/		
Ítem 14	/		
Ítem 15	/		
Ítem 16	/		
Ítem 17	/		
Ítem 18	/		


.....
Firma de experto informanteDNI: 09287659Teléfono: 963839911



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Schmidt Urdanivia, Johara Sonia
 I.2. Especialidad del Validador Psicóloga
 I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente de la Universidad San Martín y Vallejo
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
 I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					100
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					100
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					100
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					100
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					100
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					100
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					100
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					100
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					100
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					100
PROMEDIO DE VALORACIÓN						100%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

San Juan de Lurigancho, 21 de noviembre del 2017.

.....

Firma de experto informante

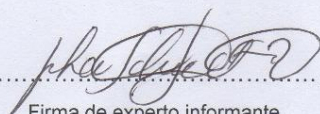
DNI: 10296747

Teléfono: 962 863 266

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: PERCEPCIÓN

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		



Firma de experto informante

DNI: 10296742

Teléfono: 962 863 266



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: ORBEGOSO CASTILLO KATHERINE
 I.2. Especialidad del Validador _____
 I.3. Cargo e Institución donde labora: UNEV, UPN y UCU
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
 I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					83
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					90
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					93
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					90
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					91
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					90
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación					91
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					92
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					95
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					90
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90.5

San Juan de Lurigancho, 16 de noviembre del 2017.

.....
 Firma de experto informante

DNI: 40429590

Teléfono: 954382251

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: PERCEPCIÓN

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	/		
Ítem 2	/		
Ítem 3	/		
Ítem 4	/		
Ítem 5	/		
Ítem 6	/		
Ítem 7	/		
Ítem 8	/		
Ítem 9	/		
Ítem 10	/		
Ítem 11	/		
Ítem 12	/		
Ítem 13	/		
Ítem 14	/		
Ítem 15	/		
Ítem 16	/		
Ítem 17	/		
Ítem 18	/		

.....
Firma de experto informante

DNI: 40179590

Teléfono: 954802251



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: SEMIRACIO UNZUETA, RANVALL JESÚS
 I.2. Especialidad del Validador: DR. EN EDUCACIÓN
 I.3. Cargo e Institución donde labora: DTC - UCV
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
 I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				80%	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				80%	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				80%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				80%	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				80%	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				80%	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				80%	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				80%	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				80%	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				80%	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

San Juan de Lurigancho, ____ de _____ del 2017.

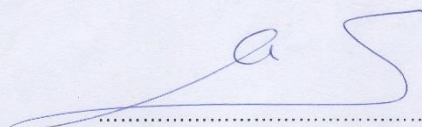
Firma de experto informante

DNI: 43311504

Teléfono: 997175245

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:**Variable 1: PERCEPCIÓN**

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		



Firma de experto informante

DNI: 43311504Teléfono: 997175245



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Menes Leiva Mónica Elisa
- I.2. Especialidad del Validador
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Discusión de Investigación
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
- I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					100
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					100
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					100
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					100
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					100
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					100
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					100
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					100
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					100
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					100
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

100%

San Juan de Lurigancho, ____ de _____ del 2017.

Mónica Leiva

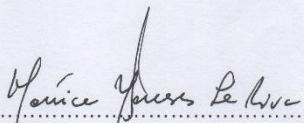
Firma de experto informante

DNI: 09429302

Teléfono: 954012330

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:**Variable 1: PERCEPCIÓN**

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	/		
Ítem 2	/		
Ítem 3	/		
Ítem 4	/		
Ítem 5	/		
Ítem 6	/		
Ítem 7	/		
Ítem 8	/		
Ítem 9	/		
Ítem 10	/		
Ítem 11	/		
Ítem 12	/		
Ítem 13	/		
Ítem 14	/		
Ítem 15	/		
Ítem 16	/		
Ítem 17	/		
Ítem 18	/		


.....

Firma de experto informante

DNI: 094 29302

Teléfono: 954012330

ANEXO 4: Evaluación de la similitud del instrumento con Turnitin

Feedback Studio - Google Chrome
Seguro | https://ev.turnitin.com/app/carta/es/?lang-es&io=889197669&is=1&u=1062856928

feedback studio Camborda Falcon, Frank

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

"Percepción y comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en los estudiantes del 4to de secundaria de la institución educativa Javier Prado -La Victoria, 2017"

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

AUTOR:
Frank Camborda Falcon

Resumen de coincidencias
23 %

Coincidencias

Número	Origen	Porcentaje
1	servicios.uss.edu.pe Fuente de Internet	4 %
2	biblioteca.usac.edu.gt Fuente de Internet	2 %
3	www.atvsur.com.pe Fuente de Internet	2 %
4	www.comunicainfancia... Fuente de Internet	2 %
5	www.cuadernos.info Fuente de Internet	2 %
6	www.scribd.com Fuente de Internet	1 %
7	www.repositorioacad... Fuente de Internet	1 %
8	www.javeriana.edu.co Fuente de Internet	1 %

Página: 1 de 82 Número de palabras: 15199

03:38 p.m.
03/12/2017