



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**Comunicación Visual y uso educativo del internet por los alumnos  
de una Institución Educativa. Trujillo, 2020**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

**AUTOR:**

Nureña Aranda, Luis Felipe (ORCID: 0000-0002-0902-2340)

**ASESOR:**

Mg. Ríos Incio, Felipe Anderson (ORCID: 0000-0001-7049-8869)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos Comunicacionales para la Sociedad Contemporánea

TRUJILLO - PERÚ  
2020

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar esta investigación a todos los que confiaron en mí. A mis padres por ayudarme a cumplir el sueño profesional, a mis docentes los cuales me apoyaron y me dieron todos los conocimientos necesarios para ejercer la carrera. También quiero agradecer a la Institución Educativa Orión Ben Carson por la disposición que me dieron para realizar esta investigación dentro de su plantel educativo.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer en primer lugar a Dios por darme la paciencia, sabiduría y oportunidad de concluir mis estudios profesionales, a mis padres por solventar los gastos que esta tuvo, por confiar en mí, por darme todo su apoyo.

También a mis docentes, quienes con tanto esmero y dedicación impartieron sus conocimientos hacia mi persona.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS .....	v
RESÚMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	3
III. METODOLOGÍA.....	9
3.1. Tipo y Diseño de Investigación.....	11
3.2. Operacionalización de variables.....	10
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo y unidad de análisis .....	11
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	11
3.5 Procedimientos .....	11
3.6. Método de análisis de datos.....	12
3.7. Aspectos éticos.....	12
IV. RESULTADOS .....	12
V. DISCUSIÓN.....	15
VI. CONCLUSIONES .....	17
VII. RECOMENDACIONES .....	17
REFERENCIAS.....	18
ANEXOS.....	20

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Nivel de uso educativo del internet.....	12
Tabla 2. Nivel de uso educativo del internet por dimensión.....	13
Tabla 3. Muestras emparejadas.....	14
Tabla 4. Contrastación de hipótesis .....	14

## RESUMEN

El objetivo del presente trabajo de investigación es determinar si las Estrategias de Comunicación Visual fomentan el uso educativo del internet en alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson.

La investigación tiene un enfoque cuantitativo, un tipo de estudio aplicada y de diseño pre experimental. La población con la cual se trabajó fue de 40 alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson, a los cuales se le aplicó dos encuestas una antes de la aplicación de las estrategias de comunicación visual y la otra después de la aplicación, de esta manera se empleó la técnica de la observación y luego de la recopilación de los datos, éstos fueron analizados en cuadros estadísticos con el software estadístico SPSS 25 y cuadros en Excel.

Como conclusión se tiene que, al desarrollar las estrategias de comunicación visual, se puede confirmar que los alumnos mejoraron en cuanto al uso educativo del internet ya que por un lado la media en el pre test fue de 13.6 y en el pos test, de 14.5, así mismo con el valor de prueba T de Student, con n-1 grados de libertad de  $t_{39}=4.389$  y con una significación de  $P=0,000<0.05$ , se llegó a determinar que hay diferencia significativa entre ambos test.

**Palabras clave:** Comunicación visual, uso educativo del internet

## ABSTRACT

The objective of this research work is to determine if Visual Communication Strategies promote the educational use of the internet in students of the Orión Ben Carson Educational Institution.

The research has a quantitative approach, a type of applied study and a pre-experimental design. The population with which we worked was 40 students from the Orión Ben Carson Educational Institution, to whom two surveys were applied, one before the application of the visual communication strategies and the other after the application, in this way used the observation technique and after data collection, these were analyzed in statistical tables with the statistical software SPSS 25 and tables in Excel.

As a conclusion, when developing visual communication strategies, it can be confirmed that students improved in terms of educational use of the internet since, on the one hand, the average in the pre-test was 13.6 and in the post-test, 14.5 Likewise, with the Student's t test value, with n-1 degrees of freedom of  $t_{39} = 4.389$  and with a significance of  $P = 0.000 < 0.05$ , it was determined that there is a significant difference between both tests.

**Keywords:** Visual communication, educational use of the internet

## I. INTRODUCCIÓN

El educar por internet, ya sea online o presencial y virtual a la vez, se ha extendido grandemente en los últimos tiempos, según (Means, et al., 2010).

Por ejemplo, en Catalunya, en el 2005 se estima que, en las instituciones educativas superiores a nivel de universidad, el 46.2% de los alumnos llevaron cursos en línea o semipresencial, y, a la fecha, según el nuevo modelo de enseñanza implementado por el espacio europeo de educación superior (EEES), probablemente esta cifra aumentará. Por otro lado, de 23 811 alumnos, el 14% de ellos estudiaban en universidades virtuales, duplicándose esta cifra para el año 2010 (OCDE,2010).

El aumento de la cantidad de estudiantes con educación en línea no es algo aislado, sino más bien generalizado en todo el mundo. Tal es así que el estudio de Sloan Consortium en EEUU, indica que el sector educativo online creció en ese país el 21%, lo que supera al 2% a lo que creció la población total de alumnos de estudios superiores (Allen & Seaman, 2010).

Sin duda alguna la realidad que se vive a causa del aislamiento social por el Covid-19, ha afectado los estratos sociales y a las diversas empresas públicas y privadas, tal es así que, en cuanto a educación, las instituciones educativas han tenido que cerrar sus locales para adaptarse y pasar a realizar sus clases por internet.

Sin embargo, la falta de accesibilidad a internet y compromiso de los estudiantes en el buen manejo de este recurso ha dificultado el avance de la misma.

La Institución Educativa Orión Ben Carson del Distrito de Trujillo, no es ajena a esta realidad, y como tantas otras se adaptó al nuevo sistema de trabajo. Por lo expuesto anteriormente, se plantea el siguiente problema de investigación: ¿De qué manera las estrategias de comunicación visual fortalecen el uso educativo del internet en los alumnos de la Institución



Educativa Orión Ben Carson del Distrito de Trujillo? El presente estudio se justifica por lo siguiente:

En lo social: Esta investigación se realiza con el propósito de aportar al crecimiento de la educación, mejorando la accesibilidad de los materiales y propuestas creativas para usar el internet de una manera adecuada.

En lo teórico: Además esta investigación ayudará a desarrollar y a entender con más claridad las estrategias de comunicación visual y como estas pueden usarse como motivación para que los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson usen el internet como medio educativo de la mejor manera, dejando también como antecedente para otras investigaciones.

Metodológicamente: La investigación se desarrollará con instrumentos de recolección de datos, cuestionario, focus group, una vez que sean demostrados su validez y confiabilidad podrán ser usados en otras investigaciones.

Práctico: Por otro lado, sabemos que los alumnos de las instituciones educativas no usan correctamente el internet, es por eso que con esta investigación buscaremos motivarlos y exhortarlos a usar estas herramientas digitales de una manera correcta.

Como objetivo general se planteó: Demostrar que las estrategias de comunicación visual fomentan el uso educativo del internet en los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson. En lo específico: Determinar el nivel de uso educativo del internet antes de aplicar las estrategias de comunicación visual en los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson. Diseñar y aplicar estrategias de comunicación visual para fortalecer el uso educativo del internet en los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson. Determinar el nivel de uso educativo del internet después de aplicar las estrategias de comunicación visual en los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson. Comparar dichos test y determinar la diferencia significativa haciendo uso del estadístico de prueba T de Student.

Como hipótesis se planteó que las estrategias de comunicación visual fomentan el uso del internet en los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson.

## **II. MARCO TEÓRICO**

En cuanto a estudios previos relacionados a la presente investigación se tiene los siguientes:

Peñalba (2010) realizó la investigación: Uso del internet en el aula como medio didáctico y como contenido de aprendizaje, en la Universidad de Alicante, la investigación llegó a las siguientes conclusiones: Si logramos introducir el internet como recurso didáctico para que los alumnos puedan mejorar su nivel de aprendizaje, entonces la educación sufriría un cambio. Nos proporciona varias ventajas como medio didáctico para realizar trabajo ya que ofrece una variada información en diferentes formatos.

Robalino (2016) en su tesis “La comunicación visual como herramienta didáctica en los alumnos de la Universidad Nacional de Chimborazo, Escuela de Diseño Gráfico de Ecuador. Su propósito fue investigarla como herramienta de aprendizaje en los alumnos universitarios, la población fueron los alumnos de primer ciclo de dicha casa superior de estudios, el total de la población fue de setenta alumnos. En los resultados se concluye que existe diferencias entre el grupo experimental y entre pre test y post test lo cual quiere decir que la investigación aplicada tuvo una participación positiva como herramienta didáctica en los estudiantes de pregrado de la UNACH de la escuela de Diseño Gráfico.

Reyes (2006) realizó la investigación propuesta de comunicación visual para propiciar la lectura en niños de tercero y cuarto básico, en la Universidad de Chile. Concluye: El problema de diseño es la realización de una propuesta de comunicación visual para propiciar la lectura de Papelucho teniendo como punto de partida realizar actividades lúdicas y educativas que ayuden a lograr a este propósito. Desde una perspectiva general, se podría usar estas herramientas, pero en el mejor de los casos

se debería usar el método natural: fomentar la lectura en nuestros niños a temprana edad.

León (2012) en su tesis titulada: uso de tecnologías de información y comunicación en estudiantes del VII ciclo de dos instituciones educativas del Callao, presentada en la Universidad San Ignacio de Loyola, donde se concluye lo siguiente: La investigación comprueba que se encontró un alto índice en los estudiantes de la I.E A (AIP implementada) que usan las tecnologías en relación con los alumnos de la I.E B (AIP no implementada). Del mismo modo se puede asegurar que gran parte de los alumnos de la I.E. A o I.E. B tienen nivel medio en el empleo de las tecnologías. Para adquirir información se comparó el uso de las tecnologías de la información y comunicación encontrándose significativas diferencias, observándose que son usadas mayormente por los alumnos de la I.E. A (AIP implementada).

Pérez (2017) en su tesis “Estrategias Comunicativas visuales para fortalecer la cultura organizacional de la I.E.P. Abraham Valdelomar - Distrito Trujillo 2017”, su estudio fue pre experimental, la muestra conformada por los 10 colaboradores de dicha institución, a quienes se les aplicó un cuestionario. Como resultado se obtuvo un fortalecimiento de la misión de la I.E. y también se vio fortalecido los valores. Esto demostró que al aplicar estrategias comunicativas visuales fortalece la cultura organizacional de la Institución educativa.

Arias y Pezo (2018) en su artículo “La comunicación visual desde el aula para el mundo”, su objetivo fue investigar este suceso desde tres aspectos, en primer lugar se centra en componentes que informan todo el proceso, posteriormente se desarrolla un proyecto usando la creatividad como técnica única para este tipo de estrategia y por último se presenta en la educación universitaria como instrumento visual que se enseña desde las aulas bajo el criterio de la necesidad corporativa. Como resultado se encontró que, el problema que se percibe con mayor frecuencia es la enseñanza, lazo entre creatividad, academia y medio real; la creación de identidades marcarias, o procesos técnicos gráficos;

se han separado de la práctica de lo que el consumidor requiere, desde la construcción y la investigación de la experiencia.

Los indagadores están de acuerdo que si la coyuntura social, se separa de los sucesos ya sean formativos o investigativos, el impacto de la enseñanza y el aprendizaje de la comunicación visual serán inútiles. Lo anterior nos lleva a hacer un estudio a las necesidades, con respecto a la realidad social y la comunicación visual a la que se menciona.

Aguirre (2019) en su artículo “La comunicación visual en la universidad autónoma de Venezuela” tuvo como propósito evaluar cómo se desarrollaba este proceso en dicha casa de estudios. La investigación fue descriptiva de tipo documental. En cuanto a la muestra se trabajó con las aplicaciones de cinco Universidades Autónomas, donde se utilizó una guía de observación de ochenta preguntas, aplicando luego el análisis de contenido. Su conclusión fue que los sistemas investigados necesitan realizar un mejor aprovechamiento de las estrategias de comunicación visual y accesibilidad para su uso pedagógico y lógico. Con respecto al sustento teórico que respalda a la presente investigación se cuenta con el plan de comunicación, el cual se utiliza no solo como una pauta para los que planifican del programa, también como padrón de los objetivos y de la estrategia a la que se menciona. (Vásquez 2001).

Las estrategias de comunicación visual están basadas en el uso de imágenes, las que están diseñadas con una significancia única y percepciones distintas de acuerdo a su ubicación. (Munari, s.f.).

Merodio (2000) nos dice que una imagen se caracteriza de cuatro maneras; en primer lugar, se tiene el grado de figuración, que consiste en conceptualizar de manera figurada lo que una imagen va a representar. Es decir, si las imágenes representan modelos reales conocidos, tendrán un alto grado de figuración. El siguiente es el grado de iconicidad, se trata del nivel de realismo de una imagen, el cual se asocia al objeto que representa, lo que puede ser una foto o una caricatura, en realidad todos ellos tendrían diferente grado de iconicidad. En tercer lugar, es la simplicidad-complejidad, se refiere a lo que una imagen nos puede informar, pero no con respecto a su significado sino

en cuanto a lo que contiene la imagen y los datos que se describen en ella, es decir se deben valorar las imágenes que logran transmitir grandes riquezas expresivas con pocos elementos. Y por último es la calidad técnica, en este caso es considerado si las imágenes son con resolución buena o mala dependiendo la calidad de técnicas avanzadas.

Rincón (s.f.) sostiene que, para otorgar un significado a los objetos, se usan diferentes niveles de construcción que se sustentan en la significación.

En el nivel referencial, la práctica nos permite entender lo relacionado a nuestra realidad, es así que la percepción sensorial que poseemos nos ayuda a crear imágenes conceptuales de nuestro entorno convirtiéndolo en una realidad en significación. En el nivel lógico, a nuestra representación le añadimos diferentes categorías intelectuales, por ejemplo, a un significado se le agrega una noción de secuencia, valor y orden.

Carvalho (2016) nos menciona que hay seis tipos de percepción visual: El movimiento: Sirve para detectar, emitir e identificar los objetos móviles. Las personas están experimentando en forma continua percepciones congruentes de los objetos, pareciera simple, pero es compleja. El tamaño: La fijación debe ser congruente con la forma de adaptar la vista a la distancia y el posicionar un objeto, es decir no solo es condicionar el tamaño del objeto ya que el éste también afecta la distancia. La forma: se centra en los movimientos microscópicos de nuestra vista, los que persiguen el trazo de los elementos dando forma a los objetos de nuestra retina. También la retina permite captar y distinguir entre figura y fondo, posibilitando así la captura de una forma. La acción: En este caso no solo es un proceso que se realiza en nuestro cerebro, puesto que, al percibirse en un sujeto, va a causar un efecto que a su vez se considera la acción del sujeto.

Es natural que una persona o empresario que pretende alcanzar una gran cantidad de ventas, tendrá que afinar bien sus estrategias de comunicación antes de iniciar cada proyecto, entonces a la pregunta ¿cómo lograré vender mis productos o servicios?, este es el instante en

el que se deberán de elegir las estrategias comunicativas más adecuadas. Lo más importante consiste en que si se eligen las estrategias correctas, de seguro que se logrará alcanzar los números o la meta propuesta.

Por otro lado, para la elaboración de las estrategias comunicativas es necesario saber con lo que se cuenta, a donde quiero llegar y si con lo que tengo poder llegar a la meta trazada, también tener seleccionado el público a donde quiero llegar de tal manera que vayan acorde con las estrategias comunicativas.

La comunicación visual es una técnica de preparación, divulgación y recibimiento de mensajes visuales. En donde están presentes: el emisor, el receptor, el mensaje, el código, el medio o canal y el referente, es donde predominan las imágenes en la elaboración de los mensajes.

Para Munari (s.f) hay dos tipos de comunicación visual: Una de ellas es la casual, la que se percibe de manera libre por el receptor, por ejemplo, se menciona el de una nube, como se muestra en el cielo, no precisa propósito claro. El otro sería la comunicación intencional, el emisor es capaz de manipular el significado de los mensajes por lo que se envía a su destino con mensajes previamente trabajados.

En cuanto a las funciones generales, podemos decir que se enlazan directamente con los elementos que admiten dicha comunicación. Función expresiva o emotiva, aquí predomina las sensaciones.

Función conativa, apelativa o exhortativa: Este proceso comunicacional, cumple exitosamente con la función relacionada con la persuasión, cuyo propósito es persuadir. Función referencial o informativa: El objetivo claro de este proceso es informativo. Su función es retratar un texto en una información. Está presente en los libros y en la prensa escrita, así como también en señales de tráfico. Función poética o estética: En este aspecto se puede apreciar la belleza con sentido artístico, estético. Son figuras que valen en sí mismas. Función fática: Su objetivo principal es atraer la atención. Es muy recurrente en el uso de contrastes, en los tamaños, es muy usada en los mensajes publicitarios. Función metalingüística: Es la que hace referencia al código, donde hay que conocer este aspecto antes

de darle un significado. Función descriptiva: Aquí podemos observar información minuciosa y clara sobre lo que representa.

Según la función que cumple el mensaje, se tendrá diferentes formas comunicativas visuales, se cita algunos casos: Emotivas: la intención es que se transmita una emoción, por ejemplo, la fotografía de una mascota que transmite ternura. Fáctica: el emisor pretende captar la atención, por ejemplo, un letrero que diga “cuidado” ante un peligro o un logo que señale en el envase que algún producto es peligroso de tal manera que nada intentará ingerirlo o consumirlo. Informativa: es cuando un mensaje apunta a informar al receptor. Por decir un aviso que diga “salida”, va a ayudar a la persona a que ubique la puerta de ingreso o la foto de un mitin en un local que ilustre una nota periodística en donde se esté informando de la misma actividad. Exhortativa: la intención de esta estrategia comunicativa es la de convencimiento al sujeto. Por ejemplo, un mensaje publicitario o propagandístico, que puede ser a través de un volante, un aviso o también por la televisión. Estética: en este caso lo que se busca es la belleza que muestra el arte y la estética, por decir un cuadro, una película.

Es innegable la importancia que resulta el uso de las TIC, el cual está en todos los ámbitos del entorno social, por lo que es necesario extenderse a nuevas tecnologías educativas. Todo esto suministrará los medios para mejorar los mecanismos de enseñanza, y por otro lado favorecerá a las gestiones de la institución educativa y mantener a las familias comunicadas.

Si vemos que las TIC, no presentan un efecto mágico sobre los aprendizajes, ni generan en forma automática nuevos aprendizajes, cayendo en el error de estancarse en lo tecnológico por sí mismo, que por el contrario debe estar al servicio educativo. (Moreno, 2008).

Entre las ventajas del uso de las TIC es que a los alumnos les resulta atractivo navegar en ella y muchas de las veces en forma lúdica. Convirtiéndose de esta manera en una de las razones para aprender, en donde se despierta la inquietud del alumno por extender sus conocimientos.

Otra de las razones es que el uso educativo del internet permite acceder de una manera rápida y fácil a los diferentes tipos de información, así como al material digital que enriquece el proceso de enseñanza y aprendizaje.

Para el docente las bondades que encuentra son muy extensas, ya sea para preparar la clase, acceder a páginas educativas, y demás programas, pudiéndose compartir e interactuar con sus estudiantes y padres de familia.

Por otro lado, si se hace mal uso del internet, se llegará a distorsionar el fin educativo con distractores y el alumno terminará dispersado en juegos en vez de estar trabajando. En tal sentido se llegaría a perder el tiempo y se corre el riesgo de no lograr hacer las tareas, por lo que se debe tener una secuencia de pasos planificado para cada tarea: la tarea, el tiempo, formación de grupos, pautas para trabajar y evitar improvisar en el aula.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de Investigación**

De tipo Pre- Experimental, ya que se aplica a un solo grupo para ser observado y luego la evaluación de los efectos de la estrategia.

Parella y Martins (2010) mencionan que la investigación Pre-Experimental es caracterizada por el grado de control de las variables que es mínima y poco adecuado para establecer relaciones entre variable independiente y dependiente. El nivel es claramente explicativo, ya que su objetivo es determinar que el cambio que se da en la variable dependiente fue causado por la variable independiente, por consiguiente, se quería establecer con precisión una relación de causa - efecto.



Esquema:

G: O1   - X   -O2
-------------------

Dónde:

O1: Pre test (Situación actual del uso educativo del internet)

X: Tratamiento (Estrategias de comunicación visual)

O2: Pos test (Situación actual luego de la estrategia de comunicación visual).

### **3.2. Variables**

Para la variable comunicación visual, se considera como una técnica de preparación, divulgación y admisión de información visual. En donde están presentes: el emisor, el receptor, el mensaje, el código, el medio o canal y el referente. En este proceso prevalecen las imágenes en la elaboración de los mensajes. (Bikova 2015). Se operacionaliza con la aplicación de estrategias de comunicación visual como: piezas gráficas para clases virtuales, Brochure e Infografía informativa; las que serán aplicadas después del pre test.

Para la variable uso educativo del internet, se considera como la utilización de las TIC para propósitos educativos, lo cual amplía las posibilidades de los estudiantes de “moverse no solamente en el escenario en que se encuentran, sino también en diversos ámbitos. Romero (2019). Se operacionaliza con la aplicación de un cuestionario en base a las dimensiones ventajas y desventajas que el estudiante encuentra al momento de usar el internet con fines educativos.

### **3.3. Población** Alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson

**Criterios de Inclusión:** Alumnos matriculados y presentes en el momento de la realización del instrumento.

**Criterios de Exclusión:** Alumnos no presentes en el momento de la realización del instrumento.

**Muestra:** 40 alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson.

**Muestreo:** Por conveniencia

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Se usó la encuesta lo que sirvió para recoger los datos respecto de la variable uso educativo del internet y conocer el uso que los alumnos le están dando a los medios digitales para su educación, y como instrumento un cuestionario de 10 ítems, 5 para la dimensión de ventajas y 5 para desventajas.

Para la validez del instrumento se tomó en cuenta el juicio de tres expertos y así saber si está acorde a los indicadores y las dimensiones que se plantea.

### **3.5. Procedimientos**

Para la elaboración de las estrategias de comunicación visual se procederá primero a aplicar el cuestionario en base a las ventajas y desventajas que presenta el estudiante en cuanto al uso educativo del internet (pre test). Luego, a partir de los resultados y el análisis de los mismos se procederá a la elaboración de las estrategias de comunicación visual (anexo 03), las que serán desarrolladas y explicadas a los estudiantes a través del zoom. Después se procederá a aplicar de nuevo el instrumento (pos test) para determinar finalmente si la aplicación de estrategias de

comunicación visual mejoró el uso educativo del internet en los alumnos.

### 3.6. Métodos de análisis de datos

Los datos fueron analizados y procesados con el uso de tablas de frecuencia porcentual, medidas de posición y de dispersión; y para la prueba de hipótesis se usó el estadístico de prueba “t” de Student con la ayuda del programa estadístico SPSS V-22.0.

### 3.7. Aspectos éticos

En el presente trabajo es legítimo, es único en cuanto al tema. El contenido es confiable el cual se obtuvo por medio de diferentes instrumentos.

También en el presente trabajo se respetan las fuentes usadas y se tomó en cuenta lo indicado por American Psychological Association (APA). Edición 7.

## IV. RESULTADOS

**Tabla 1**

**Resultado general sobre del uso educativo del internet alcanzado en el pre test y pos test.**

NIVEL	PRE TEST		POS TEST	
	Fi	%	Fi	%
ALTO	20	50	25	62.5
MEDIO	17	42.5	9	22.5
BAJO	3	7.5	6	15
Total	40	100	40	100

Fuente: Encuesta aplicada

### Interpretación

Se observa que la estrategia empleada ha tenido mayor efecto en los alumnos al ubicarse en los niveles de medio y alto en cuanto al uso educativo del internet, tal es así que, mientras que en el pre test el 42.5% estuvo en un nivel medio ahora vemos en el pos test que disminuyo a un 22.5%, y mientras que en el pre test el 50% se ubicaba en el nivel alto, ahora luego del pos test aumento a un 62.5%.

**Tabla 1**

**Resultado por dimensión sobre del uso educativo del internet alcanzado en el pre test y pos test.**

NIVEL	PRE TEST				POS TEST			
	VENTAJAS		DESVENTAJAS		VENTAJAS		DESVENTAJAS	
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%
ALTO	22	55	13	32.5	32	80	16	40
MEDIO	11	27.5	24	60	6	15	22	55
BAJO	7	17.5	3	7.5	2	5	2	5
Total	40	100	40	100	40	100	40	100

Fuente: Encuesta aplicada

### Interpretación

Se observa en el pre test que, en la dimensión de ventajas en cuanto al uso educativo del internet, el 17.5% de los alumnos se encuentran en un nivel bajo, el 27.5% en un nivel medio y el 55% en un nivel alto; en la dimensión de desventajas el 7.5% de los alumnos se encuentran en un nivel bajo, el 60% en un nivel medio y el 32.5% en un nivel alto. Así mismo en el pos test el 5% de los alumnos se encuentran en un nivel bajo, el 15% en un nivel medio y el 80% en un nivel alto; en la dimensión de

desventajas el 5% de los alumnos se encuentran en un nivel bajo, el 55% en un nivel medio y el 40% en un nivel alto.

### Prueba de hipótesis

**Ho:** Las estrategias de comunicación visual fomentan el uso del internet en los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson.

**Hi:** Las estrategias de comunicación visual no fomentan el uso del internet en los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson.

**Tabla 3**

### Estadísticas de muestras emparejadas para la variable uso educativo del internet

	Media	N	Desviación estándar	Media de error estándar
Pre test	13,6000	40	5,47629	,86588
Pos test	14,5000	40	5,87912	,92957

**Tabla 4**

### Prueba de muestras emparejadas para la variable uso educativo del internet

	Diferencias emparejadas				t	gl	Sig. (bilateral)	
	Media	Desviación estándar	Media de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia				
				Inferior				Superior
Pre test Pos test	-,90000	1,29694	,20506	1,31478	-,48522	-4,389	,000	

Fuente: Reporte de resultados SPSS

### Interpretación

Se observa que el puntaje promedio en el pre test para el uso educativo del internet es de 13.6, luego en el pos test se observa que el promedio es de 14.5. Para el T de Student, con n-1 se tiene un  $t_{39}=4.389$ , y para la diferencia emparejada arroja un  $P=0,000 < 0,05$ , esto significa que hay diferencia significativa entre ambos test.

## V. **DISCUSIÓN**

La finalidad del presente trabajo fue investigar con respecto a cómo influye la comunicación visual en el uso educativo del internet en los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson. Para tal fin se propuso aplicar una serie de estrategias de comunicación visual a dichos alumnos a fin de comprobar que dicho estímulo permite desarrollar significativamente el uso adecuado del internet en la educación, considerándose un solo grupo, grupo experimental. Se tiene:

Con respecto al objetivo general de demostrar que las estrategias de comunicación visual fomentan el uso educativo del internet en los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson, vemos en el pre test que, en cuanto al uso educativo del internet (Tabla 2), el 7.5% de los alumnos se encuentran en un nivel bajo de uso, el 42.5% en un nivel medio y el 50% en un nivel alto. Así mismo en el pos test el 15% de se encuentran en un nivel bajo de uso, el 22.5% en un nivel medio y el 62.5% en un nivel alto. En este caso concordamos con Aguirre (2019) en su artículo “La comunicación visual en la Universidad Autónoma de Venezuela” con el propósito de examinar la comunicación visual en los servicios virtuales de información de las UAV. Se tiene como conclusión que la información presente, pide tener un mejor uso de dichas estrategias y acceso para su utilización pedagógico y lógico.

En cuanto a los objetivos específicos de determinar el nivel de uso educativo del internet antes y después de aplicar las estrategias de comunicación visual en los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson, en la dimensión de ventajas en el pre test (Tabla 2), el 55% obtuvo un nivel alto de uso educativo del internet, mientras que en el pos test el grupo experimental llegó a un 80%, lo cual confirma que la aplicación de estrategias de comunicación visual aplicado a los alumnos mejora su uso educativo del internet. Por otro lado, en la dimensión de desventajas, mientras que el 60% de los alumnos tiene un nivel medio de desventaja en el uso educativo del internet en el pre test, en el pos test el

55% tiene desventaja. Lo cual coincide con Peñalba (2010), que en su estudio uso del internet en el aula como medio didáctico y como contenido de aprendizaje, en la Universidad de Alicante. Llega a concluir que si logramos usar el internet como recurso didáctico para que los alumnos puedan mejorar su nivel de aprendizaje entonces la educación cambiaría. Nos proporciona varias ventajas como medio didáctico para realizar trabajo ya que ofrece una variada información en diferentes formatos.

También estamos de acuerdo con Pérez (2017) en su tesis “Estrategias Comunicativas visuales para fortalecer la cultura organizacional de la I.E.P. Abraham Valdelomar - Distrito Trujillo 2017”, con un estudio pre experimental, la muestra conformada por los 10 colaboradores de dicha institución, a quienes se les aplicó un cuestionario. Como resultado se obtuvo un fortalecimiento de la misión de la Institución Educativa y también se vio fortalecido los valores. Esto demostró que al aplicar estrategias comunicativas visuales fortaleció la cultura organizacional de la Institución educativa.

En cuanto al objetivo específico de diseñar estrategias de comunicación visual para fortalecer el uso educativo del internet en los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson, se diseñó 5 estrategias de comunicación visual basadas en piezas gráficas para redes sociales, piezas gráficas para clases virtuales, brochure interactivo y una infografía informativa. En este caso estamos de acuerdo con Reyes (2006), quien realizó la investigación propuesta de comunicación visual para propiciar la lectura en niños de tercero y cuarto básico, en la Universidad de Chile. Llegando a las siguientes conclusiones: El problema de diseño es la realización de una propuesta de comunicación visual para propiciar la lectura de Papelucho teniendo como punto de partida realizar actividades lúdicas y educativas que ayuden a lograr a este propósito. Desde una perspectiva general, se podría usar estas herramientas.

Para el “T” de Student (Tabla 4), arrojó un  $P=0,000 < 0,05$  el cual es mucho menor que la significancia estandarizada de 0.05, por lo tanto, rechazamos la hipótesis nula y se aceptamos la hipótesis alterna, por lo

que la aplicación de estrategias basadas en comunicación visual, desarrolla significativamente el buen uso educativo del internet en los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson.

## **VI. CONCLUSIONES**

Se tiene las siguientes:

1. El nivel de uso educativo del internet en el pre test es: el 7.5% de los alumnos se encuentran en un nivel bajo de uso, el 42.5% en un nivel medio y el 50% en un nivel alto.
2. Se logró el diseño de cinco estrategias de comunicación visual (Anexo II), las que se aplicaron después del pre test a los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson.
3. El nivel de uso educativo del internet en el pos test es: el 15% de los alumnos se encuentran en un nivel bajo de uso, el 22.5% en un nivel medio y el 62.5% en un nivel alto.
4. Se logró determinar que el uso de estrategias de comunicación visual varió de un puntaje de la media de un 13.6 en el pre test a un 14.5 después de aplicado las estrategias, con el valor de prueba Para el T de Student, con n-1 se tiene un  $t_{39}=4.389$ , y para la diferencia emparejada arroja un  $P=0,000 < 0,05$ , esto significa que hay diferencia significativa entre ambos test.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Se recomienda a los trabajadores administrativos y personal docente de la Institución Educativa Orión Ben Carson de Trujillo, tomar conciencia de lo importante que son las estrategias de comunicación visual en el uso educativo del internet, por lo que se recomienda tener un especialista o algún encargado del área de comunicación, los cuales deberán ser capacitados al respecto.

Se recomienda al director de la Institución Educativa Orión Ben Carson de Trujillo, hacer un diagnóstico periódicamente de las necesidades de los alumnos, a fin de reforzar las mismas con las estrategias de comunicación.



Se recomienda a las autoridades de la Institución Educativa Orión Ben Carson de Trujillo, la creación de una página web en base a diferentes estrategias de comunicación visual en las que los alumnos puedan acceder e interactuar.

## REFERENCIAS

- Aguirre, Erwin; Belandría, Rocío; Rojas, Carlos y Ferrer (2017) La comunicación visual en los servicios virtuales de información de las universidades autónomas de Venezuela. Revista Orbis, p.5-17  
<http://ojs.revistaorbis.org.ve/index.php/orbis/article/view/335>
- Arias, Pezo, (2018) La comunicación visual desde el aula para el mundo. Revista Universidad y Sociedad. pp.290-295  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S2218-36202018000100290](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2218-36202018000100290)
- Bartolomé (2001) Sociedad de la información y la educación [Archivo PDF].  
<http://www.ub.edu/prometheus21/articulos/obsciberprome/blanquez.pdf>
- Bikova (2013) Comunicación Visual <http://alastresenpunto.com/que-es-comunicacion-visual/>
- Carvalho, C. (2011-a). Tipos de percepción visual  
<https://hablemosdeneurociencia.com/percepcion-visual/>
- Carvalho, C. (2011-b). ¿Qué es la percepción visual?  
<http://www.hablemosdeneurociencia.com/que-es-la-percepcion-visual/>
- Merodio, I. (2000). *Expresión Plástica en Secundaria. Escuela de Artes Aplicadas*.  
<https://books.google.com.mx/books?id=AFvg423a9BkC&printsec=fro>
- Moreno (2008) *El mal uso de Internet en educación. Pautas para una nueva y adecuada metodología*. <https://www.educaweb.com/noticia/2008/12/01/mal-uso-internet-educacion-pautas-nueva-metodologia-3350/>

Munari, B. (s.f). *Diseño y comunicación visual. Contribución a una metodología didáctica*. <https://ggili.com/dise-o-y-comunicacion-visual-libro-2883.html>

Parella, Martins, 2010 *La investigación Pre-Experimental*  
[http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1729-48272013000100013](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272013000100013)

Peñalba (2010) Uso del internet en el aula como medio didáctico y como contenido de aprendizaje [Archivo PDF].  
[https://www.researchgate.net/publication/240610593\\_EL\\_USO\\_DE\\_INTERNET\\_EN\\_EL\\_AULA\\_COMO\\_MEDIO\\_DIDACTICO\\_Y\\_COMO\\_CONTENIDO\\_DE\\_APRENDIZAJE](https://www.researchgate.net/publication/240610593_EL_USO_DE_INTERNET_EN_EL_AULA_COMO_MEDIO_DIDACTICO_Y_COMO_CONTENIDO_DE_APRENDIZAJE)

Pérez (2017) Estrategias de Comunicación visual para fortalecer la cultura organizacional de la Institución Educativa Particular Abraham Valdelomar, [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo]  
<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/11134>

Ramírez (2015) Propuesta de comunicación visual para fomentar la lectura en niños de tercero y cuarto básico. [Tesis de Licenciatura, Universidad de Chile] <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/100728>

Rincón, A. (s.f.). *Unidad 2: La significación*. [Archivo PDF].  
<http://aprendeenlinea.udea.edu.co/boa/contenidos.php/cb10887d80142488399661377b684b60/511/1/contenido/capitulos/Unidad2LaSignificacion.PDF>

Robalino, B (2016) La comunicación visual como herramienta didáctica en los estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional de Chimborazo, Escuela de Diseño Gráfico de Ecuador. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos] <https://hdl.handle.net/20.500.12672/5383>

Vásquez (2009) Plan de comunicación  
<https://sites.google.com/site/comunicorpora/unidades/comunicacion-y-organizaciones/plan-de-comunicacion>

# **ANEXOS**

## ANEXO 01

### Matriz de operacionalización de la variable

<b>Variable</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de Medición</b>
Comunicación Visual	Uso de las tecnologías de la información para fines educativos, lo cual amplía las posibilidades de los estudiantes de "moverse no solamente en el escenario en que se encuentran, sino también en diversos ámbitos. <i>Bartolomé (2001)</i>	Identificación del uso de las tecnologías de información para fines educativos.	Ventajas	-Interactividad -Creatividad -Interés -Motivación -Cooperación	Cualitativa ordinal
			Desventajas	-Distracción -Adicción - Pérdida de tiempo - Fiabilidad - Aislamiento	Cualitativa ordinal

**ANEXO 02**  
**CUESTIONARIO**

**Objetivo:** Determinar el uso educativo del internet en los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson.

**Edad:** \_\_\_\_\_

**Sexo:** \_\_\_\_\_

**Indicaciones:** Lea detenidamente cada una de las preguntas, marque su respuesta con una "X" y redacte si es necesario.

**VENTAJAS**

1. ¿Cuánto le ayuda el internet a interactuar con la información?  
a. Nada            b. Poco            c. Mucho
2. ¿Cuánto le ayuda el internet a aumentar su creatividad?  
a. Nada            b. Poco            c. Mucho
3. ¿El uso del internet hace más interesante las materias?  
a. Nada            b. Poco            c. Mucho
4. ¿El internet lo motiva a aprender más?  
a. Nada            b. Poco            c. Mucho
5. ¿El internet le ayuda a cooperar con sus compañeros de trabajo?  
a. Nada            b. Poco            c. Mucho

**DESVENTAJAS**

6. ¿El internet distrae su atención al momento de buscar información?  
a. Nada            b. Poco            c. Mucho
7. ¿Las diferentes herramientas que hay en internet le provocan adicción?  
a. Nada            b. Poco            c. Mucho
8. ¿La abundante información que hay en internet le hace perder tiempo?  
a. Nada            b. Poco            c. Mucho
9. ¿Sabe distinguir la fiabilidad de la información que encuentra en internet?  
a. Nada            b. Poco            c. Mucho
10. ¿El uso del internet te genera aislarte de tus compañeros?  
a. Nada            b. Poco            c. Mucho

**ANEXO 03**

**ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA  
FORTALECER EL USO EDUCATIVO DEL  
INTERNET EN LOS ALUMNOS DE LA  
INSTITUCIÓN EDUCATIVA ORIÓN BEN  
CARSON**

## **1. Análisis de situación actual**

La Institución Educativa Orión Ben Carson de la ciudad de Trujillo es un centro de estudios que siempre está innovando, buscando la mejora del aprendizaje de sus alumnos. Nuevas tendencias en el mercado educativo, capacitación docente y talleres que hacen que los alumnos logren cumplir las expectativas trazadas.

Como bien sabemos, en el 2020 las instituciones educativas del Perú y del mundo se vieron afectadas por motivo de la pandemia, por lo cual tuvieron que cerrar sus planteles, teniendo que trasladar su sistema educativo al ámbito digital.

En la institución mencionada como en muchas otras, esto significó un gran desafío, ya que el uso del internet, si bien es cierto servía como recurso, también era un agente distractor en los alumnos.

De acuerdo a una encuesta realizada a los alumnos, el 74% no venía usando adecuadamente el internet, tanto en la hora de clases, como en el desarrollo de las asignaturas que se les dejaba; se distraían fácilmente con las redes sociales, juegos online y otras cosas más, desaprovechando así las numerosas oportunidades que esta herramienta le brindaba para mejorar su aprendizaje.

Por eso, la siguiente estrategia de comunicación, busca fortalecer el uso educativo del internet en los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson de la ciudad de Trujillo, para así mejorar su capacidad de aprendizaje.

## **2. Objetivos:**

### **2.1. General:**

Fomentar el uso educativo del internet en los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson.

### **2.2. Específicos:**

Promover las ventajas que el internet trae para los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson.

Identificar las desventajas del uso educativo del internet en los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson.

### 3. Público Objetivo:

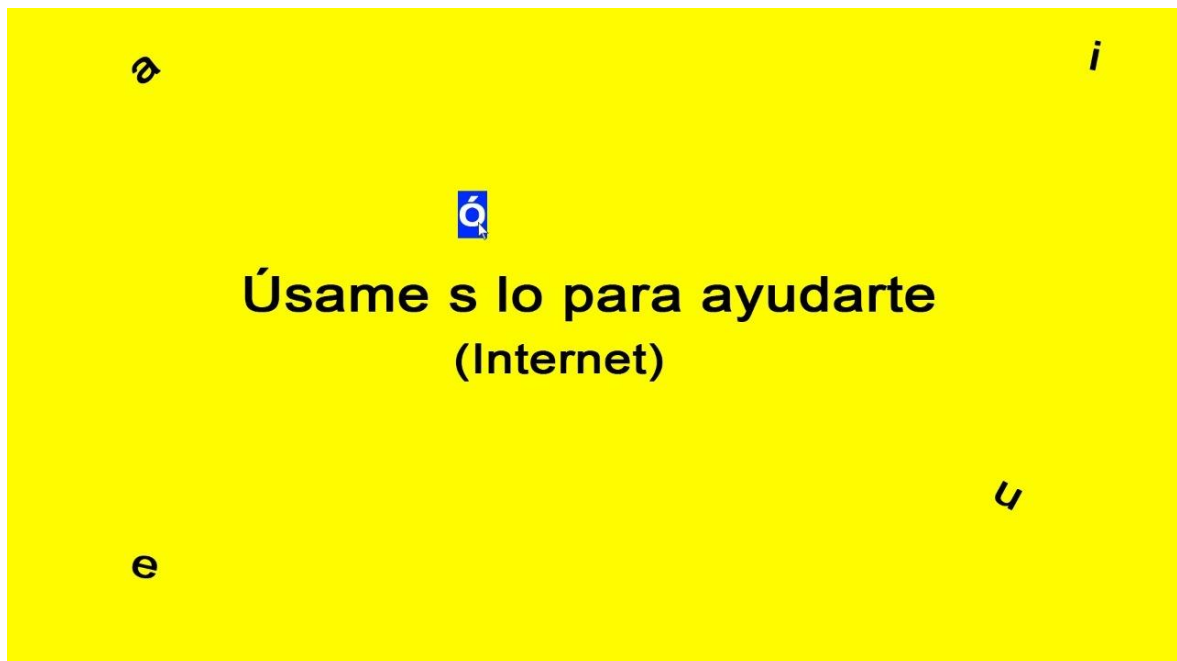
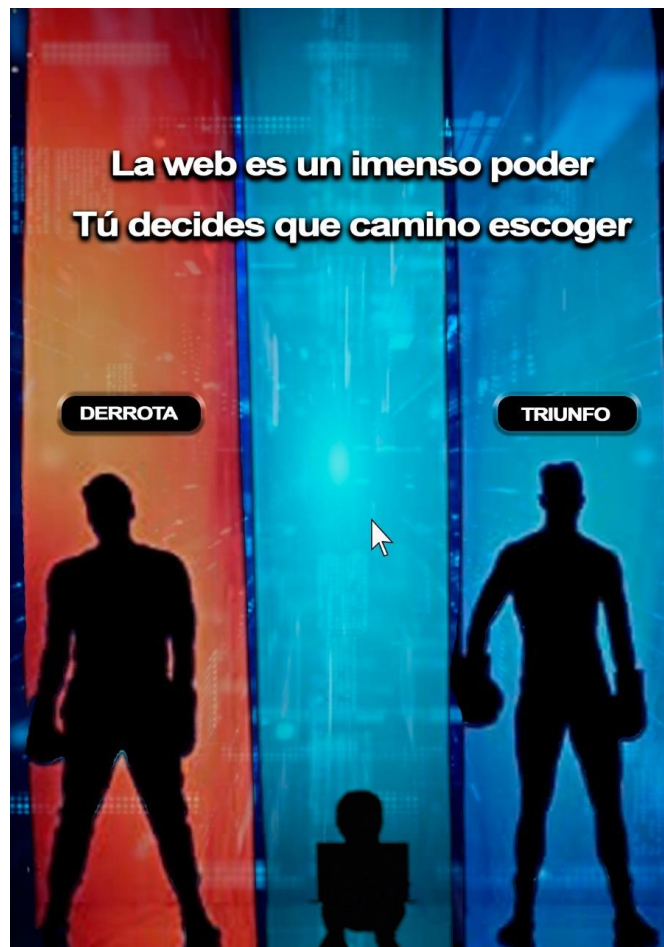
Niños y adolescentes de 13 a 16 años que estudian en la Institución Educativa Orión Ben Carson de la ciudad de Trujillo.

### 4. Acciones de Comunicación

Piezas gráficas para clases virtuales	Se elaborarán piezas gráficas, con mensajes mucho más detallados, para que los docentes la muestren antes de iniciar las clases virtuales y así los alumnos tomen conciencia y usen adecuadamente el internet como un recurso de aprendizaje.
Brochure	A través de un Brochure se mostrará algunas páginas confiables, donde el alumno puede ingresar para buscar información.
Infografía informativa	Infografía donde se informa como seleccionar la información confiable que hay en internet.



#### 4.1. Piezas gráficas





**No necesitas abrir todas las ventanas**

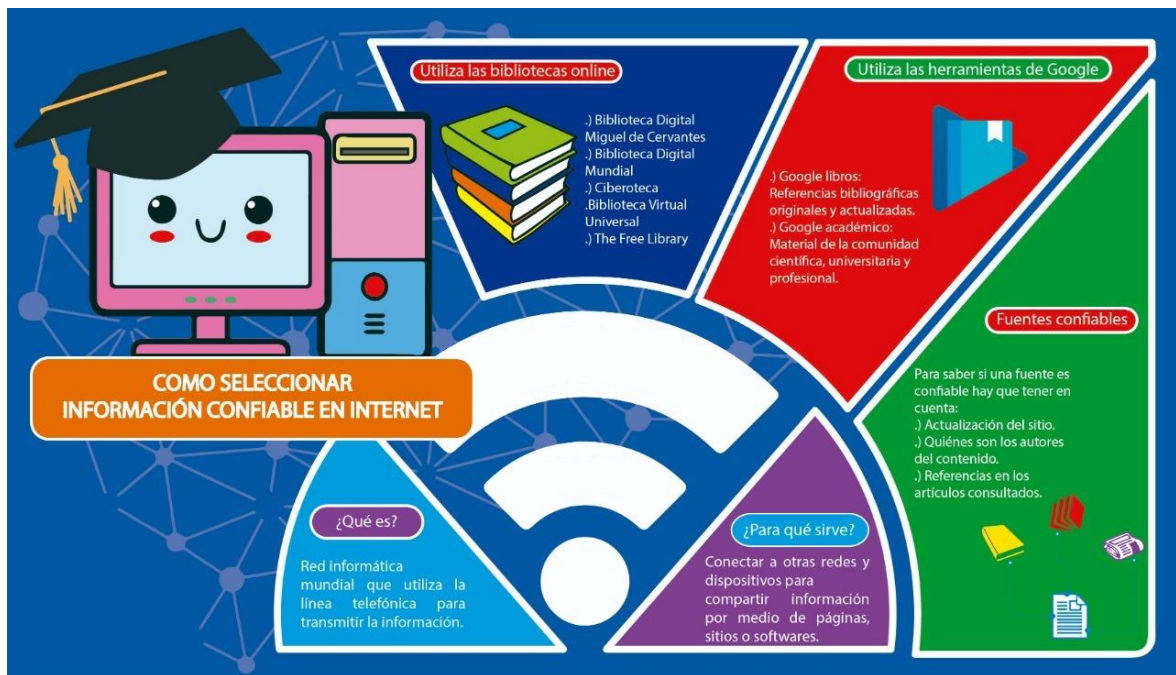
**Busca lo que realmente necesitas**



# **DESPIERTA TU CREATIVIDAD**

**EN INTERNET APRENDES  
COMO JUGANDO**

## 4.2. Infografía



## 4.3. Brochure



### ¿CÓMO BUSCAR INFORMACIÓN CONFIABLE EN INTERNET?

Internet es una gran fuente de información para los profesionales de la salud. Sin embargo, en la red hay también todo tipo de datos sin contrastar que pueden enmarañar cualquier búsqueda.



### PÁGINAS CONFIABLES PARA BUSCAR INFORMACIÓN

<http://www.cervantesvirtual.com/>  
<https://www.wdl.org/es/>  
<https://www.ciberoteca.com/homecas.asp>  
<https://www.biblioteca.org.ar/>  
<https://www.thefreelibrary.com/>  
<https://books.google.es/?hl=es>  
<https://scholar.google.com.uy/>

4



### SIGNOS PARA IDENTIFICAR INFORMACIÓN FIABLE DENTRO DEL INTERNET

**Sellos de calidad:** para discernir la información de calidad del resto, algunas organizaciones han creado sellos de calidad para incluir en las páginas web de confianza.

**Fecha de publicación:** si un artículo se ha escrito hace mucho tiempo, es posible que ya haya quedado desactualizado. Por otro lado, algunos artículos que fueron escritos hace años se van actualizando con el tiempo, lo que es una señal de confianza.

**Autor:** mucha información que aparece en internet viene sin autoría. Los artículos que vienen firmados permiten saber si la persona que lo escribe es un profesional reputado.

**Bibliografía:** un artículo de calidad siempre va a tener al final información sobre las fuentes consultadas para su elaboración.



ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	FECHA
Difusión de imágenes de motivación e información sobre las ventajas y desventajas que tiene el internet para el uso educativo.	Mostrar imágenes antes, durante y después de las clases virtuales de los alumnos	12- 15 de Octubre 19 – 23 de Octubre
Difusión de imágenes, infografías, Brochure, con información sobre las ventajas que tiene el uso educativo del internet.	Se mostrará las imágenes antes, durante y después de las clases virtuales de los alumnos	22-26 de Octubre

## 6. Evaluación

Las estrategias de comunicación visual, se evaluaron a través de un cuestionario aplicado a los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson. (Ver Resultados en punto IV).

## ANEXO IV

### MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** Cuestionario para identificar el uso educativo del internet en los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson

**OBJETIVO:** Evaluar el uso educativo del internet en los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson.

**DIRIGIDO A:** Alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson.

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL** Robledo Gutiérrez Danitza Karina

**EVALUADOR:**

**GRADO ACADÉMICO DEL** Doctora en educación

**EVALUADOR:**

**VALORACIÓN:**

Siempre	A veces	Nunca
---------	---------	-------

  
Dra. Danitza Robledo Gutiérrez  
DOCENTE  
C.P.P. 214038877  
Firma del Experto  
DNI: 40351822  
Firma del evaluador

### MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** Cuestionario para identificar el uso educativo del internet en los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson

**OBJETIVO:** Evaluar el uso educativo del internet en los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson.

**DIRIGIDO A:** Alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson.

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL** Rodríguez Rivera José Alberto.

**EVALUADOR:**

**GRADO ACADÉMICO DEL** Doctor en educación

**EVALUADOR:**

**VALORACIÓN:**

Siempre	A veces	Nunca
---------	---------	-------



Nombre: JOSÉ ALBERTO RODRÍGUEZ RIVERA

Grado: DOCTOR

Reg. De la ANR: A.165/228

**Firma del evaluador**

## MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** Cuestionario para identificar el uso educativo del internet en los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson

**OBJETIVO:** Evaluar el uso educativo del internet en los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson.

**DIRIGIDO A:** Alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson.

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL** Mejia Salinas Elber

**EVALUADOR:**

**GRADO ACADÉMICO DEL** Doctor en educación

**EVALUADOR:**

**VALORACIÓN:**

Siempre	A veces	Nunca
---------	---------	-------



Dr. Elber H. Mejia Salinas

Firma del evaluador



**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN VISUAL PARA FORTALECER EL USO EDUCATIVO DEL INTERNET EN LOS ALUMNOS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA ORIÓN BEN CARSON**

**Objetivo:** Fomentar el uso educativo del internet en los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson.

**Estrategias Utilizadas:**

1. Difusión de imágenes con información y mensajes de motivación sobre las ventajas que tiene el internet para el uso educativo.
2. Difusión de imágenes sobre las desventajas que tiene el internet para el uso educativo.

**Dirigido a:** Alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson

**Apellidos y Nombres del evaluador:**

Beltrán Peláez Giovanna

**Cargo del Evaluador:**

Mg. En Gestión Pública

Yo Giovanna Máryurith Beltrán Peláez identificado con DNI 18141671 afirmo haber revisado minuciosamente las estrategias de comunicación visual para fomentar el uso educativo del internet en los alumnos de la Institución Educativa Orión Ben Carson, elaborado por el estudiante Luis Felipe Nureña Aranda de la Escuela profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo Filial Trujillo, con el fin de obtener el grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

**Valoración final:**

- ✓ TOTALMENTE DE ACUERDO
- ✓ DE ACUERDO
- ✓ EN DESACUERDO

Firma

