

**UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**TESIS**

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU IMPACTO EN LA SOCIEDAD,**  
**HUACHO 2019**

**Presentado por:**

**ALBERT JAIRO SANCHEZ COLAN**

**Asesor:**

**Dra. KATHELIN ALEXANDRA LOZANO VASQUEZ**

**Para optar el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

**Huacho – Perú**

**2021**

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU IMPACTO EN LA SOCIEDAD,  
HUACHO 2019**

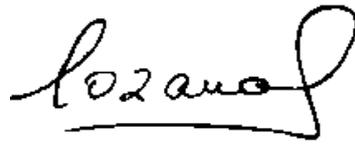
**ALBERT JAIRO SANCHEZ COLAN**



**TESIS DE PREGRADO**

**ASESOR:** Dra. KATHELIN ALEXANDRA LOZANO VASQUEZ

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZCARRIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
HUACHO  
2021**



Dra. KATHELIN ALEXANDRA LOZANO VASQUEZ

**ASESOR**



M(o). WALTER CARLOS VELÁSQUEZ CÓRDOVA

**PRESIDENTE**



M(a) JUANA MARÍA ANSELMO ARRUNÁTEGUI

**SECRETARIO**



Lic. HENRY ANTONIO MORALES GAMARRA

**VOCAL**





## DEDICATORIA

A mí querida madre por haberme guiado en el sendero de mi formación hasta convertirme en profesional que hoy con mucho sacrificio y esfuerzo voy logrando; a mi hermano, por ser mi motivación en el cumplimiento de mis metas. A todas las personas que me apoyaron, mi corazón para todos.

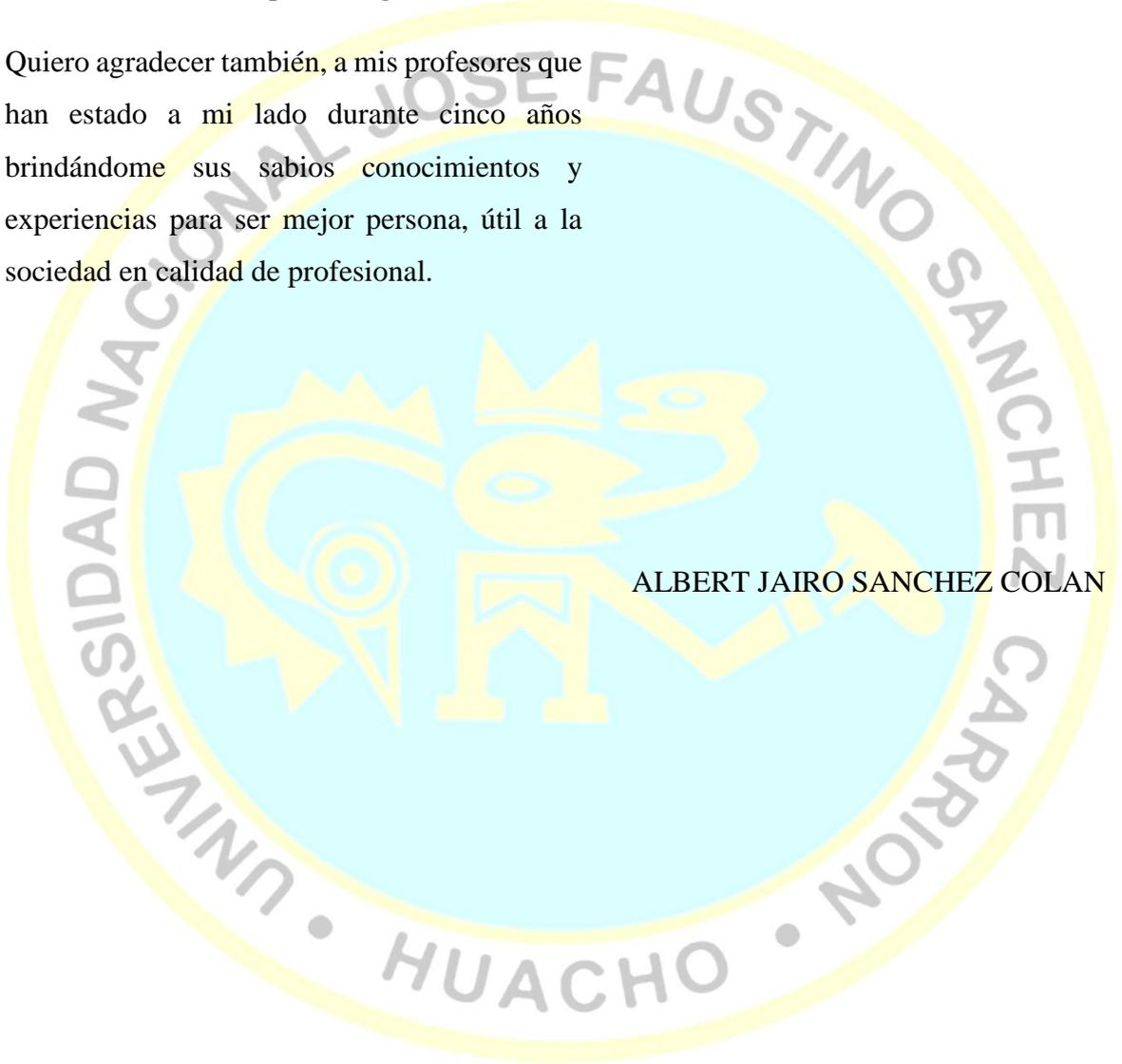
Jair

## AGRADECIMIENTO

A Dios: por brindarme sabiduría y permitirme llegar a este momento de mi vida.

A mis padres: por su apoyo incondicional y motivación constante para el logro de mis metas.

Quiero agradecer también, a mis profesores que han estado a mi lado durante cinco años brindándome sus sabios conocimientos y experiencias para ser mejor persona, útil a la sociedad en calidad de profesional.



ALBERT JAIRO SANCHEZ COLAN

# ÍNDICE

DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
Resumen .....	x
Abstract.....	xi
INTRODUCCIÓN.....	12

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática .....	14
1.2 Formulación del problema.....	16
1.2.1 Problema general .....	16
1.2.2 Problemas específicos.....	16
1.3 Objetivos de la investigación.....	16
1.3.1 Objetivo general.....	16
1.3.2 Objetivos específicos .....	16
1.4 Justificación de la investigación.....	17
1.5 Delimitaciones del estudio .....	18
1.6 Viabilidad del estudio.....	18

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación.....	19
2.1.1 Investigaciones internacionales .....	19
2.1.2 Investigaciones nacionales.....	21
2.2 Bases teóricas .....	22
2.3 Bases filosóficas .....	30
2.4 Definición de términos básicos.....	30

2.5 Operacionalización de las variables .....	31
---	----

### **CAPÍTULO III METODOLOGÍA**

3.1 Diseño metodológico.....	32
3.1.1 Tipo de investigación.....	32
3.1.2 Nivel de investigación .....	32
3.1.3 Diseño de investigación.....	32
3.1.4 Enfoque de investigación.....	32
3.2 Población y muestra .....	32
3.2.1 Población .....	32
3.2.2 Muestra .....	33
3.3 Técnicas de recolección de datos .....	33
3.4 Técnicas para el procesamiento de la información.....	34

### **CAPÍTULO IV RESULTADOS**

4.1 Análisis de resultados .....	35
4.2 Contrastación de hipótesis .....	40

### **CAPÍTULO V DISCUSIÓN**

5.1 Discusión .....	41
---------------------	----

### **CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

6.1 Conclusiones.....	43
6.2 Recomendaciones .....	43
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>45</b>
7.1 Fuentes documentales.....	45
7.2 Fuentes bibliográficas.....	45

7.3 Fuentes hemerográficas .....	46
7.4 Fuentes electrónicas.....	46
<b>ANEXOS .....</b>	<b>49</b>
01 MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	49
02 INSTRUMENTOS PARA LA TOMA DE DATOS.....	50
03 TRABAJO ESTADÍSTICO DESARROLLADO .....	52



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Impacto de los medios de comunicación .....	36
Figura 2. Frecuencia de uso de los medios de transmisión.....	37
Figura 3. Importancia de los medios de comunicación.....	38
Figura 4. Nivel de cultura de los medios de comunicación.....	39
Figura 5. Nivel de valores, respeto y formación integral.....	40.

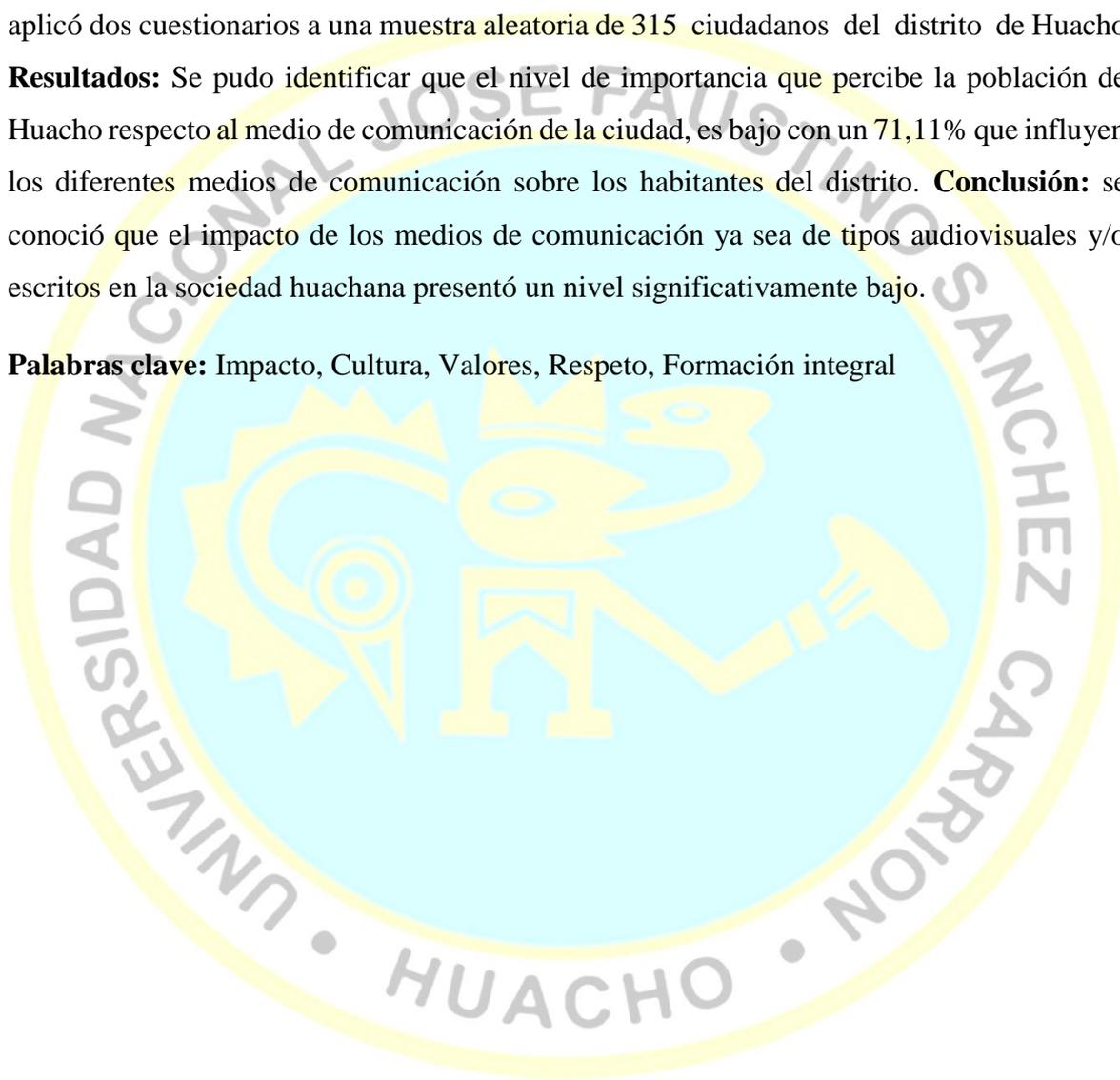
## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Nivel de Frecuencias Audiovisuales.....	34
Tabla 2. Niveles de Importancia, Cultura y Valores.....	34
Tabla 3. Prueba de Crombach.....	35
Tabla 4. Nivel de Impacto.....	35
Tabla 5. Uso de los medios de transmisión.....	36
Tabla 6. Nivel de importancia.....	37
Tabla 7. Nivel de cultura.....	38
Tabla 8. Valores, respeto y formación integral.....	39

## Resumen

**Objetivo:** Recoger datos sobre el impacto de los medios de comunicación en la población de Huacho, en el año 2019. **Métodos:** Tuvo un enfoque cuantitativo porque se empleó las técnicas de recolección de datos y las estadísticas descriptivas para comprobar los objetivos, de tipo aplicada en un nivel descriptivo, de diseño no experimental, de corte transversal, se aplicó dos cuestionarios a una muestra aleatoria de 315 ciudadanos del distrito de Huacho. **Resultados:** Se pudo identificar que el nivel de importancia que percibe la población de Huacho respecto al medio de comunicación de la ciudad, es bajo con un 71,11% que influyen los diferentes medios de comunicación sobre los habitantes del distrito. **Conclusión:** se conoció que el impacto de los medios de comunicación ya sea de tipos audiovisuales y/o escritos en la sociedad huachana presentó un nivel significativamente bajo.

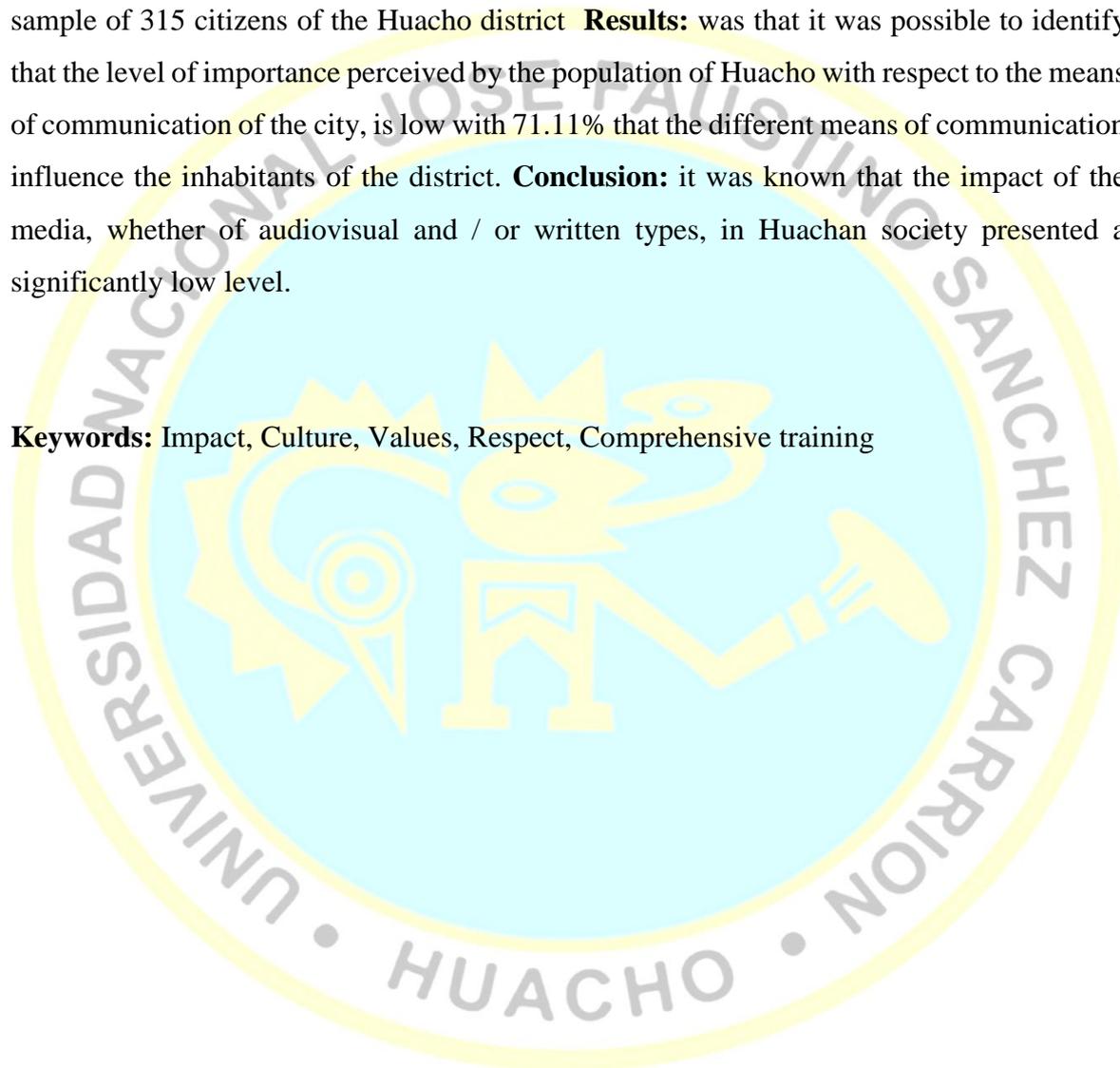
**Palabras clave:** Impacto, Cultura, Valores, Respeto, Formación integral



## Abstract

**Objective:** work is to collect data on the impact of the media on the population of Huacho, in 2019. **Methods:** The work had a quantitative approach because data collection techniques and descriptive statistics were used to verify the objectives, applied at a descriptive level, non-experimental design, cross-sectional, two questionnaires were applied to a random sample of 315 citizens of the Huacho district. **Results:** was that it was possible to identify that the level of importance perceived by the population of Huacho with respect to the means of communication of the city, is low with 71.11% that the different means of communication influence the inhabitants of the district. **Conclusion:** it was known that the impact of the media, whether of audiovisual and / or written types, in Huachan society presented a significantly low level.

**Keywords:** Impact, Culture, Values, Respect, Comprehensive training



## INTRODUCCIÓN

A lo largo del tiempo hemos podido observar que los medios de comunicación se han vuelto muy importantes para el uso de las familias. Bien sabemos que son una fuente de información que permite estar al tanto de lo que sucede en diferentes partes de nuestro país y de todo el mundo, que estos medios han traído cambio a la sociedad y la gobernabilidad de un estado donde son considerados el cuarto poder del mismo. Prensa, radio y televisión y ahora las redes sociales desempeñan un papel importante dentro de nuestra vida y de los ciudadanos huachanos, ejerciendo un poder transformador en la sociedad de todo ámbito.

El capítulo I; En el presente capítulo sobre el planteamiento del problema, Estos medios que permiten comunicarnos y a la vez estar informados han generado cambios en la sociedad y la gobernabilidad de un estado, debido a lo que se describe en la realidad problemática, cómo influyen en los valores morales y sociales de la sociedad huachana, presentando la formulación del problema de investigación, indicando objetivos de la investigación, así manifestando la justificación de la investigación, con la delimitación del estudio, siendo la viabilidad del estudio, correspondiente al tema.

También, el capítulo siguiente; hace más profundo el tema llevándonos a la comprensión de su significado, las bases teóricas con sus respectivas conceptualizaciones sobre el tema y como ha cambiado o impactado ante la sociedad. Por otro lado, encontramos las bases filosóficas, asimismo se describe definición de términos en el que comprenderemos algunos términos utilizados dentro de la investigación, formulación de hipótesis relacionado a los objetivos y problemas y la operacionalización de variables, para conocer las dimensiones de cada una.

El capítulo III; La metodología de investigación es tipo básica, con diseño no experimental de nivel descriptivo de carácter cuantitativo la muestra es probabilística, representativa, con método de selección estratificada – aleatoria, siendo la población los habitantes del distrito de Huacho, entre hombres y mujeres 18 a 75 años, utilizando técnica de recolección de datos como la encuesta, cuestionarios aleatoria de 8 ítems de categoría nominal y 30 ítems de categoría ordinal (Escala de Likert con 5 categorías de respuesta) para el procesamiento de la información aplicado a 315 huachanos.

El capítulo IV; Resultados, realiza el análisis de resultados, resumiendo y graficando en tablas y figuras con sus respectivas interpretaciones y realizando la contratación de hipótesis respectivamente.

En el capítulo V; se genera al tomar en cuenta los antecedentes relacionados a la investigación y en comparación con los resultados.

El capítulo VI; Las conclusiones y recomendaciones, según los resultados finales.

Finalmente, las referencias entre ellas las bibliografías utilizadas para la presente investigación, utilizando diversas fuentes.

Como objetivo se tuvo conocer el impacto que ejercen los medios de comunicación en los pobladores huachanos. Se realizó esta investigación debido a que a nivel local no existen trabajos previos realizados sobre la frecuencia de uso de dichos medios; así como identificación de los niveles de cultura, y los valores, que transmiten mediante sus diferentes modalidades (escrita o audiovisual). Es por ello que dentro de los antecedentes relacionados a la investigación he encontrado muy poco material y he considerado información relevante a mi investigación por ello la considero inédita y con esto busco iniciar un aporte con respecto a estos temas que aún no han sido investigados.

Estos medios son de gran utilidad para los seres humanos, ya que permite estar en contacto con diversas personas a la vez también tiene sus desventajas lo cual es preferible que se tenga clara su utilidad.

## **Capítulo I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1 Descripción de la realidad problemática**

Los medios de comunicación son protagonistas de grandes cambios en la nuestra sociedad y la gobernabilidad del estado es claro tener en cuenta el impacto que estos tienen porque dentro de las funciones que estos deben cumplir a diario se ha visto que no se practica de una manera adecuada el rol de los mismos y la mayor preocupación genera a los docentes y padres de familia, lo violento que los medios de comunicación y la influencia de valores.

La gran preocupación del impacto que tiene los medios de comunicación en nuestra ciudad huachana ha hecho que mi interés por realizar esta investigación sea de gran motivación para identificar lo que se ofrece al ciudadano y proponer propuestas transformadoras.

Prensa, radio y televisión y ahora las redes sociales están desempeñando el rol importante en la vida cotidiana huachana.

Larco (2010) mencionó, “sobre la influencia de importantes medios en comunicación se discute en muchos sectores sociales. Muchas personas toman el lado negativo de lo que escuchan o ven influyendo en la formación.

Según el proyecto educativo nacional al 2021 los miembros del Consejo Nacional de educación de manera conjunta y en participación de los organismos estatales y de nuestra sociedad civil, llegan a un acuerdo para poder constituir diversos Marcos estratégicos que ayuden a formular y ejecutar políticas educativas en el ámbito público. Dentro de los objetivos estratégicos este indica que el desarrollo de la educación de la sociedad involucra a todo el poder del estado, asimismo al gobierno central, gobierno de la región y el gobierno local, instituciones, medios de comunicación y otros entes que son actores fundamentales teniendo la misión de formar una ciudadanía responsable, que se encuentren informados, que sean propositivos, y que estos tengan un compromiso con la generación de desarrollo y

Búsqueda del bienestar colectivo o de la comunidad. (Consejo Nacional de Educación, 2013, p. 1)

Nuestra sociedad actualmente se encuentra siendo influenciada por diversos medios e informaciones que estos brindan. Por esta razón es que se ha modificado la vida de la misma manera nuestro pensamiento y costumbres. La información acerca de los sucesos sociales, políticos o económicos que son escuchados continuamente, muchas veces hace que las personas cambien su manera de pensar.

La función de estos medios es mantenernos al tanto de lo que sucede en diversos lugares transmitiendo muchos valores sociales, y siendo parte de la formación del individuo. (p. 2)

“Existen normas que rigen a los medios de comunicación donde se menciona la colaboración en el área educativa y a sí mismo la formación moral y cultural” (Consejo Nacional de Educación, 2013).

Es allí donde radica la responsabilidad y ponderación los medios de comunicación, estos últimos años en el Perú han influenciado en ciertas medidas sobre las actitudes de la sociedad huachana, por tal motivo la investigación tuvo como finalidad conocer el impacto de medios de comunicación en la ciudad de Huacho, conocer los niveles de valores morales y culturales que difunden, mediante los distintos mensajes, a la sociedad y que estas más adelante conlleven un cambio en las mismas y los cuales debemos cuidar para que el impacto sea positivo.

Para que una información sea verdadera deberá ser de manera objetiva, y lastimosamente depende mucho de la perspectiva de la persona. En algunos casos los intereses económicos o políticos son tomados para manipular, siendo un tema que es necesario afrontarlo debido a que conocer la diferencia entre la información de la manipulación es una tarea que se torna complicada. Es necesario conocer las ideas y analizarlas para llegar a la realidad de las cosas, pero en muchos casos no se lleva a cabo, y terminamos por creer todo lo que se nos informa, dudando realidad de los hechos, tan solo porque la información fue dada por algún medio de comunicación.

Lastimosamente aun seguiremos encontrando información que es transmitida por los medios de comunicación pero que no tiene fuentes y en ocasiones son falsas.

El impacto en la sociedad es notorio, sin embargo, esta investigación desea conocer de manera profunda que es lo que sucede desde que la utilización de estos medios ha sido mayor.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema general**

¿Cuál es el impacto de los medios de comunicación en la sociedad de Huacho?

### **1.2.2 Problemas específicos**

¿Cuál es la frecuencia que usa los medios de comunicación audiovisual, la sociedad de Huacho?

¿Cuál es el nivel de importancia de los medios de comunicación en la sociedad de Huacho?

¿Cuál es el nivel de cultura de los medios de comunicación en la sociedad de Huacho?

¿Cuál es el nivel de valores, respeto y formación integral que cumplen los medios de comunicación en la sociedad de Huacho?

## **1.3 Objetivos de la investigación**

### **1.3.1 Objetivo general**

Conocer el impacto de los medios de comunicación en la sociedad de Huacho.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

Identificar la frecuencia de uso de los medios de comunicación audiovisual en la sociedad de Huacho.

Identificar el nivel de importancia de los medios de comunicación en la sociedad de Huacho

Identificar el nivel de cultura de los medios de comunicación en la sociedad de Huacho.

Identificar el nivel de valores, respeto y formación integral que cumplen los medios de comunicación en la sociedad de Huacho.

#### **1.4 Justificación de la investigación**

Encontramos información importante sobre este tema, esto permite tener una mejor visión del impacto y si los medios de comunicación están cumpliendo con difundir información que eduque a la población huachana.

Idrovo, (2015) menciona acerca de cómo influyen los medios de comunicación (audiovisual y escrito) como actitudes no saludables y son partícipes en las acciones que realizan las personas sin límite de edad. Los medios que más afectan a las personas son: la televisión y las redes sociales medios que en la actualidad tienen mayor afluencia de público. (p. 11)

De acuerdo a la investigación los medios de comunicación al influir sobre el comportamiento humano han encontrado la forma de captar la curiosidad del espectador basándose en el morbo que pueden producir algunos programas de espectáculos donde se emite la vida de personajes públicos que no genera ninguna formación educativa y rompe con el esquema de una de las funciones que debe profundizar los medios de comunicación huachana.

El Perú, ultimamente se ha observado situaciones en que estos medios (en especial la televisión) son formadores de conductas inapropiadas por parte de los jóvenes y adolescentes (violencia, asesinatos, pérdida de valores familiares, etc.). Se ha demostrado mediante reportajes o informes que estas actitudes fueron provocadas por programas de reality shows, talk shows, programas de espectáculos y algunas series de televisión que su momento transmitieron información no educativa y que ello motivó a la imitación. Asimismo, se podría asumir que son un medio para “enseñar nuevas estrategias de malos hábitos” pues dentro de los contenidos de los programas que se emiten pues se puede visualizar el modo de operar de esas personas que realizan las conductas inapropiadas.

En este sentido, el marco teórico del trabajo de investigación refuerza la identificación impacto que tienen estos medios informativos en los aspectos culturales, formación de valores, formación integral en la sociedad huachana, también cabe resaltar que no existe información actualizada sobre las percepciones referentes al impacto que genera los medios de comunicación en la ciudad de Huacho; por ello dichas circunstancias justifican recabar la información pertinente para poder conocer las opiniones de los habitantes de la sociedad huachana.

## **1.5 Delimitaciones del estudio**

### **Delimitación temporal.**

La investigación se desarrolló entre el año 2019 al 2020, iniciando con el proyecto de investigación y finalizando con el informe final de tesis.

### **Delimitación espacial.**

Ciudad de Huacho

### **Delimitación social.**

La población fue de 315 habitantes del distrito de Huacho que es considerado en su mayoría de clase socioeconómica media. Además, cuenta con la mayor población de habitantes en la provincia y es sede del Gobierno Regional de Lima.

### **Delimitación teórica.**

Como base de esta investigación se tuvo la teoría de Fernández y García sobre los medios de comunicación, Ildrovo sobre el tipo de medios de comunicación y Aparicio sobre la importancia de los medios de comunicación audiovisual en la educación.

## **1.6 Viabilidad del estudio**

### **Teórico.**

Fundamentada en conocimientos teóricos de diferentes autores para el desarrollo de la variable de estudio.

### **Humano.**

La investigación es viable, se contó con la colaboración de los habitantes del distrito de Huacho y asesoramiento contando con todos los recursos necesarios para la realización de la investigación.

### **Ético.**

Durante la investigación no se adulteró ningún resultado obtenido, así mismo, toda base teórica está acompañada de su respectivo autor para evitar plagios involuntarios, por ende, esta investigación es fidedigna.

## Capítulo II MARCO TEÓRICO

### 2.1 Antecedentes de la investigación

#### 2.1.1 Investigaciones internacionales

Agudelo (2008), Tesis “La educación en medios de comunicación” tuvo como propósito fundamental determinar qué características tienen los profesores y estudiantes al ser receptores de los medios de comunicación social, entendiéndose que la escuela es un ámbito en donde se imparte cultura y se llegan a forjar las identidades, aquí se activa el derecho del ciudadano y a la vez se da la participación social. Esta investigación fue de carácter cualitativo, en él describe a los profesores y estudiantes de de dos instituciones educativas en su condición de ciudadano habitante de una zona metropolitana binacional, los cuales están hermanados por diversos lazos presentes dentro de su cultura e historia. Asimismo los describen cómo consumidores de medios de comunicación llegando a ser actores que en el medio educativo llegan a establecer diversos intercambios de ideas que se dan de manera esporádica o continua de los mensajes recabados que son emitidos por los medios de comunicación, logrando de esta forma que ellos puedan expresar lo que comprenden del lenguaje audiovisual, incrementando un interés en estos medios y a la vez generando aspiraciones para incorporar todos estos medios audiovisuales en el aula o salón educativo. En la muestra colaboraron 50 niños(as) y 20 profesores de la especialidad de educación. Tuvo como conclusión relevante; que entre la educación y la comunicación se ha dado una relación que ha tenido una mayor preeminencia en el ámbito social y cultural, todo esto se ha logrado a raíz de las estrategias que se han tomado en las tecnologías de la información y comunicación, en la actualidad se ha llegado a denominar a la sociedad común, como, sociedad de la información. (p. 8-391)

Agudelo nos muestra la relación que a través de los años han adquirido los medios de comunicación y la educación. Convirtiendo a los medios de comunicación en transformadores de las personas (niños).

Según Idrovo (2015), en su trabajo de tesis titulado “Medios de comunicación y su influencia en la conducta violenta en el entorno escolar, de los estudiantes de cuarto año de la escuela fiscal mixta matutina N° 119 Dr. Teodoro Wolf de la ciudad de Guayaquil” tuvo como objetivo fundamental, generar conciencia por medio de un video infográfico presentado al representante legal y a los profesores de Escuela Fiscal Mixta Matutina N° 119 Dr. Teodoro Wolf, acerca de los Medios de Comunicación y su importancia en la educación de los escolares. Metodología, el método científico e inductivo, de tipo factible, descriptiva, participativa y bibliográfica. Luego de sus resultados llegó a las siguientes conclusiones: Si bien es cierto que los medios de comunicación cumplen un rol de entretenimiento, educador, promover e informar; también influyen negativamente en comportamiento en niños del entorno escolar, esto debido a su tipo de programación que transmiten. (Idrovo, 2015, p. 2)

El autor nos refiere que en los últimos años existe una creciente influencia de los medios de comunicación en jóvenes e infantiles, esto conlleva a manejar sus conductas culturales, morales y éticas. En otras palabras, son los actores principales en la formación de la actualidad.

Vera (2005) en su artículo de investigación “Medios de comunicación y socialización juvenil” nos muestra un análisis sobre la influencia de los medios de comunicación en los procesos de socialización juvenil. Es en ese sentido y los medios de comunicación tiene la capacidad de incidir en la socialización humana; estos agentes llegan a intervenir en la construcción del ámbito social específicamente en la identidad juvenil; según manifiesta este autor existe cierta dificultad para poder al colectivo de personas definirlos dentro de la denominación de jóvenes, ya que esta imagen es la que transmite o proyecta los medios de comunicación. Entre las conclusiones fueron:

- a) Que tienen la capacidad ya sea de complementar, potencia o hasta incluso anular otros agentes de socialización juvenil los cuales pudieran generar influencia sin embargo estos son capaces de inhibirlos, estos agentes son la familia y la escuela.
- b) Una educación de calidad es capaz de minimizar el impacto negativo que pudieran ejercer los medios de comunicación por su contenido no apto para el proceso de desarrollo en los jóvenes.
- c) Según este autor toda política relacionada con el ámbito cultural y educativo debe dar las facilidades para que los jóvenes puedan no tener y emplear un espacio democrático en donde puedan expresarse de manera libre y con criterio. (p. 1)

El autor nos da a entender que, los medios de comunicación pueden tener un impacto negativo en la educación de los jóvenes y destruir la socialización juvenil como la familiar.

### **2.1.2 Investigaciones nacionales**

Jauregui (2014) en su tesis “Medios de comunicación y gobernabilidad en la provincia de Huamanga (Ayacucho) 2011-2014” nos muestra como objetivo principal de su trabajo de investigación determinar el nivel de influencia de los medios de comunicación de Huamanga y como esto coadyuva a sostener el gobierno local y regional en los periodos de gobierno 2011 – 2014. El tipo de estudio realizado para tu trabajo fue estudio cuantitativo para registrar perciben los pobladores de Huamanga el gobierno de turno. Uno de los resultados relevantes en la investigación realizada por Jauregui sobre la percepción de la población es que los medios de comunicación a la fecha han generado ocasiones en las que han perdido credibilidad y por lo tanto no brindan confianza sobre lo que informa, es por ello que en la población presenta inestabilidad política en gobiernos locales y regionales, debido a que se puede evidenciar que existe interés político y económico dentro de la información difundida, siendo de esta forma cómo se promueve directa e indirectamente una inestabilidad política debilitando y fragmentando el poder político, y la credibilidad que deberían tener las autoridades para que puedan ejercer su mandato. Como conclusión relevante manifiesta que todo medio de comunicación masivo genera de manera indirecta o directa una inestabilidad política y a la vez tiende a dar crisis de ingobernabilidad ya que éstas se erosionan y debilitan a causa de la información de dominio de comunicación y Por ende pierden credibilidad y confianza todas las autoridades de turno, tanto locales y regionales de la provincia de Huamanga. (p. 12-189)

En la tesis de Domínguez, Lloclla, & Katherine (2015) titulada. “La televisión como medio de comunicación y la construcción de la identidad en los estudiantes del primer grado de secundaria de la institución educativa El Bosque 1182, San Juan de Lurigancho, Lima”. Objetivo determinar el nivel existencia de relación entre la televisión como medio de comunicación y como éste influye en la construcción de identidad del estudiante. Utilizó el método descriptivo correlacional. Una población de 109 estudiantes, donde se muestreo a 93 estudiantes. Para evaluar la muestra empleo el instrumento de medición cuestionario. En base a lo obtenido en los resultados y a través de la prueba de hipótesis se obtuvo un nivel de significancia de 0, 204. A lo cual se pudo inferir En conclusión que el medio televisivo tiene una relación significativa con la construcción de identidad de los estudiantes empleados en la muestra (p. 5)

Añanca, (2017) en su trabajo de tesis. “El rol de los medios de comunicación y el incremento de la Criminalidad en el Perú”, el problema:

¿Cuál fue el papel de los medios de comunicación y el aumento de los delitos en el Perú?, objetivo fue el De identificar la relación existente entre los medios de comunicación y el incremento de los delitos en nuestro país, llegando a concluir que, en gran mayoría los medios de comunicación están contribuyendo a construir socialmente el fenómeno de la criminalidad esto se puede justificar ya que existen discursos represivos, estereotipos criminales y repeticiones constantes y sistemáticas de noticias violentas, mostrando ante la sociedad que el único riesgo social serían los homicidios y otros delitos comunes. Según lo que menciona el autor la realidad criminal es lo contrario de lo que se muestra en los medios de comunicación. Las manifestaciones de esta investigación hacen presente que estos medios y el gobierno de turno deberían de brindar información veraz respecto a los distintos ámbitos en donde se incrementa la delincuencia sin embargo esta información falaz genera inseguridad y miedo en la población. Una de las tantas consecuencias de esta criminología mediática es que el ciudadano sienta inseguridad y miedo en su ámbito social logrando de esta forma que su atención se distraiga por la información que se le es brindada y que no refleja la realidad de nuestra sociedad. (p. 2-7)

## **2.2 Bases teóricas**

### **Medios de Comunicación**

Fernández & García (2001) El siglo XX ha tenido por protagonistas a los medios de comunicación, tanto como radio, prensa y televisión han llegado a convivir y participar en todo el proceso de globalización de la sociedad en general, ningún erudito es capaz de poner en tela de juicio el papel relevante que jugaron los medios de información dentro de la vida cotidiana de la ciudadanía, es por ello que son considerados un medio de transformación de la sociedad. (p. 11)

En la ciudad de Huacho existen numerosos medios de comunicación tanto audiovisual como escrito, pero dedican pocas horas a transmisión de programas culturales y sociales. Y como mencionan los autores la función de estos medios es de transformar la sociedad de manera adecuada.

### **Medios de comunicación Masiva:**

El siglo XX ha tenido por protagonistas a los medios de comunicación, tanto como radio, prensa y televisión han llegado a convivir y participar en todo el proceso de globalización de la sociedad en general, ningún erudito es capaz de poner en tela de juicio el papel relevante que jugaron los medios de información dentro de la vida cotidiana de la ciudadanía, es por ello que son considerados un medio de transformación de la sociedad. (Educativo, 2014, p. 1)

En opinión de otros autores los medios de comunicación son un instrumento empleado en la sociedad contemporánea para poder comunicar e informar mensajes en versión textual, visual o audiovisual. En muchas ocasiones estos son empleados para comunicar de forma masiva, para un sin número de individuos, tal es el caso de la televisión o de los diarios digitales, otros tipos de medio de comunicación que son empleados para comunicaciones a mediana y pequeña escala son el caso de los periódicos impresos ya sean locales o institucionales. (Al-Ghassani & Sandoval Garcia, 1995, p. 37) Como ya es sabido la estructura básica del intercambio de comunicación es que el emisor envía el mensaje y el receptor lo recibe, sin embargo, el intercambio comunicativo en los medios de comunicación masivo tienen ligeras diferencias las cuales radica en que los mensajes elaborados por el emisor y que son enviados por los medios de comunicación masivo están dirigidos a grandes grupos en los cuales no se ha definido qué tipos de receptores son los que están descifrando el mensaje, es por ello que muchas veces el mensaje no es interpretado de la manera correcta. Los mensajes que son transmitidos a través de los medios de comunicación masiva son elaborados en base a características grupales ya sean por edad, sexo, estrato social o cualquier otra característica que puede identificar un grupo, es por ello de que existen múltiples clasificaciones de los mensajes que son transmitidos por este tipo de medio y qué, en opinión de expertos existe la necesidad de realizar una clasificación más minuciosa. (Corvalan, 2010, p. 1)

Los medios de comunicación son predilectos para mercadólogos y publicistas que emplean a este como un canal para transmitir un mensaje a su mercado o nicho de mercado específico, como ya es de conocimiento de todo publicista el elegir el medio de comunicación ideal para una campaña publicitaria es una decisión que puede llevar al éxito de la campaña o al fracaso de esta. (Thompson, 2010, p. 1)

En síntesis, los medios de comunicación masiva son aquellos canales de transmisión que cumplen una función elemental en las decisiones del receptor y, esto puede conllevar a que se tomen acciones positivas como negativas.

### **Función de los medios de comunicación masiva**

Según Ignacio (2005), menciona que los medios de comunicación masivos pueden ser analizados de acuerdo a la función o el papel que juegan dentro de la sociedad, generalmente estos papeles van desde la influencia que estos ejercen ante la sociedad y se revisa qué tan relevante es el contenido que éstos llegan a difundir en el medio social ya sea formativo, informativo, educativo o simplemente entretenimiento. (p. 37)

Según Berrios (2014) Una de las funciones más obvias de los medios de comunicación es el simple hecho de comunicar e informar, pero a la vez existen múltiples obras que se deben tener en cuenta:

**Entretenimiento:** Proporcionan diversión a través del espacio de donde se transmite.

**Enseña:** Brinda a la población un conocimiento sobre la realidad y a la vez genera un aprendizaje.

**Forma opinión:** Genera conciencia, manipula y sensibilizado moviliza a la masa social.

**Socializa:** Mediante esta se puede llegar a un consenso para que toda la población se encuentre en un acuerdo para lograr integración con un fin común.

**Marketing:** Está basada en la publicidad o en la información que es publicada para que la población pueda acentuar la demanda de un determinado servicio o producto. (p. 38)

Lo que se puede recabar es que, en la actualidad los medios de comunicación son transmisores para un consumismo excesivo por parte del receptor, más que un medio de formación en valores y cultura. La población de Huacho no es ajena al tipo de transmisión por parte de sus medios de comunicación, el cual se centra más en el entrenamiento vano que en entretener culturalmente a la ciudadanía.

A continuación, se mencionará alguna ventajas y desventajas de los medios de comunicación masiva.

## Ventajas

- La información que presentan es de manera rápida y efectiva.
- Se puede comunicar a miles de personas simultáneamente
- Nuestra recepción de la información puede ser de forma anónima.
- Facilidad de aprender nuevos conocimientos sin necesidad de salir de nuestros hogares

## Desventajas

- En ocasiones los medios de comunicación masiva informan al espectador según sus opiniones y nos ocultan la objetividad del tema.
- Son usados para incentivar el consumo masivo en forma directa o indirecta de productos que en ocasiones ni deseamos.
- Direccionan o condicionan a las personas que no cuentan con una educación adecuada, modificando en algunas situaciones sus valores y formaciones culturales.
- Transmiten violencia, no midiendo las consecuencias que pueden ocurrir.

## Tipos de Medios de Comunicación:

Idrovo (2015) define los diferentes tipos de medios de comunicación masiva: Prensa escrita: Prensa escrita: Es el conjunto denominado a todas las publicaciones que son impresas, las variaciones que pueden existir entre ellas es de acuerdo a sus periodos de difusión ya que alguna de estas son difundidas de manera diaria, semanales quincenales o mensuales entre otras formas de difusión, la prensa escrita es pionera en lo referente a comunicación de masas, ya que fue el primer formato que dio origen a las publicaciones de información, entre los inicios se puede tenerlos periódico, revistas libros y panfletos.

Principalmente los medios de comunicación son visuales ya que de esta forma es accesible para las distintas clases sociales, ya sean transmitidas a través de cartas o anuncios publicitarios es una forma de mantener la comunicación entre las personas. Generalmente toda la temática que abarca las publicaciones en los diarios es actualizada de acuerdo a los acontecimientos que se puedan llegar a dar tanto a niveles nacionales como internacionales.

En estos últimos años la prensa escrita está perdiendo relevancia y se está enfocando más en transmitir su información mediante la forma electrónica (página web, redes sociales).

**Medio Radial:** Es definido como el medio que llega a transmitir los mensajes de manera oral, es decir no puede visualizarse y queda a imaginación la contextualización de este a los receptores, en un tiempo este medio de comunicación perdió audiencia Sin embargo a la fecha ha recobrado su importancia, toda vez que este medio es muy práctico y fácil de llevar a múltiples lugares manteniendo la información actualizada. Al igual que la prensa escrita este medio tiene alcances tanto nacionales como internacionales. Generalmente los mensajes o contenido de este medio son empleado por empresarios para transmitir publicidad.

Es uno de los medios comunicación que también ha evolucionado a través de los años y para poder llegar a un público más lejano recurre a los medios digitales. En la ciudad de Huacho hay muchas zonas rurales las cuales, debido al tipo de señal radial, recurren a escucharlas haciendo uso de este medio.

**Televisión:** por este medio podemos visualizar diferentes imágenes las cuales tienen movimiento. A la vez nos brinda información que en algunos casos puede ser Real Como también puede ser un invento ya que si bien es cierto existen periodistas que no son del todo profesionales y juegan con la seriedad de las noticias. Viendo lo bueno podemos encontrar diversos programas e informaciones sobre historia, cultura, etc.

Es el medio que tiene mayor poder a la hora de transmitir información. En la ciudad de Huacho existen muchos medios televisivos locales, pero que se encuentran en una banda de señal no abierta.

**Redes sociales:** Estructuras que se encuentran conformada por individuos que poseen similares características, podemos acceder a ellas tan solo con tener una red internet. Este medio se vuelve cada día más numeroso (Idrovo, 2015, p. 16-17)

Los medios de comunicación expuestos vienen a ser las mejores formas de transmitir información a las personas, por ello su participación en la educación y formación de ellos es fundamental.

## Educación Audiovisual

Aparici (2019), define y describe la importancia de los medios de comunicación audiovisual en la educación:

Conceptualización, Viene a ser la transmisión del medio de comunicación mediante el uso de la tecnología (radio, televisión, redes sociales, etc.), y cuya finalidad principal debe ser de transmitir información de carácter cultural, social político, etc.

Importancia, menciona aportes de los medios de comunicación audiovisual:

- Todo lo que comunican los medios audiovisuales son construcciones, es decir, en función a sus programas generan influencia hacia los espectadores provocando que ellos realicen acciones promocionadas por ellos.
- Implicaciones comerciales, deben de manejar el contenido de los programas pagados para promocionar productos y/o servicios ya que, puede conllevar a imitaciones negativas por parte del espectador.
- Transmisión de mensajes ideológicos, sociales y políticos; los medios audiovisuales como la televisión y redes sociales pueden influir en la decisión de una religión, elección de un político y toda decisión en que el espectador tenga curiosidad o duda. (p. 4-5)

Al mostrar la importancia de los medios audiovisuales y las funciones que deben cumplir, se debe brindar a la sociedad de huacho mediante los medios de comunicación cultura y aportes de toda índole de manera objetiva e imparcial que permita al espectador tomar decisiones.

## Cultura

Rojas (2011), define:

Cultura es toda categoría que ha tenido cambios en su desarrollo, desde la antigüedad hasta la actualidad. No obstante, existe un consenso en el que se manifiesta que el de lo dio el antropólogo inglés Edward Taylor. Los conceptos y teorías que dejó este autor sobre la cultura primitiva en 1871 fueron los cimientos que definieron de manera clásica la cultura como una totalidad compleja, es de saber qué tyler planteó sobre la cultura desde el sentido etnográfico amplio qué es el conjunto de conocimiento, creencias, moral, arte, derecho,

costumbres y entre otros hábitos o múltiples capacidades que son adquiridas por el hombre por su sociedad. (p. 34)

La cultura expresa el sentido complejo de conocimientos, creencias, arte, moral, costumbres, hábitos de capacidades adquiridas desde la creación de las primeras sociedades a la actualidad.

**Formación Integral:** Formación integral: Es definido como el paso continuo en el que se desarrolla de manera armónica y coherente todas las dimensiones del ser humano, entre ellas se tienen presente a la ética, espiritualidad, cognitiva, afectiva, comunicativa, estética corporal y por último la sociopolítica, todas ellas con el fin de lograr que el ser humano se pueda desarrollar y realizar de manera plena en la sociedad, en palabras cortas y sencillas se vería al ser humano como un ser pluridimensional y Qué es diverso y a la vez integrado y articulado. (Universidad Católica de Córdoba, 2008)

A continuación, se mencionan las dimensiones del ser humano:

**Dimensión Cognitiva,** Son una serie de potencialidades que ayuda a que el ser humano entienda, aprenda y que construya, así mismo pueda comprender como ha sido el avance de la interacción del individuo y el mundo. (Ibid, p. 3)

**Dimensión Afectiva,** esta dimensión define las potencialidades que se manifiestan en el aspecto psíquico del ser humano que se trata de emociones, sentimientos y sexualidad, también la manera en que es su relación con el mundo y con el mismo; abarca la situación del ser humano, haciendo que este se construya como ser social y siendo copartícipe del entorno vivencial. (Ibid, p.4)

**Dimensión comunicativa,** estas potencialidades construyen y transforman a una persona y a su entorno mediante la representación de significados, interpretado e interactuando con otros. (Ibid, p.4)

**Dimensión estética,** de esta manera el ser humano valora la belleza y el mundo que lleva dentro, relacionándose a sí mismo y con su entorno. mismo y con el mundo (Ibid, p. 5).

**Dimensión corporal,** manifestación del individuo con su cuerpo reconociendo al otro y ser presencia “material” para aquel a través de su cuerpo; posibilitando la participación en procesos de formación y desarrollo físico y motriz. (Ibid, p.5)

Dimensión sociopolítica, el ser humano se adapta a la convivencia con otros individuos de tal manera que este permita la transformación del entorno socio cultural en el que se encuentra. (Ibid, p. 6)

En el sentido de conocer la cultura en nuestra sociedad peruana en especial de los habitantes de la ciudad de Huacho, podemos hablar de un involucramiento social total; aunque es algo complejo como lo señala Rojas; tal es así, que los medios de comunicación deberían cumplir un rol importante en la transmisión de programas culturales que el espectador pueda gozar e involucrarse en nuestra realidad de manera positiva.

Ed A continuación se mostrará algunos conceptos fundamentales sobre educación moral: Puig (1992), conceptualiza a la educación moral como: un área en el que el individuo reflexiona a si mismo y respecto al entorno para poder permitan enfrentarse de manera crítica ante lo actual, por ejemplo, los temas sociales que constantemente podemos ver en nuestro país. La realidad cotidiana debe ser analizada de manera crítica y de la misma manera las normas socio morales vigentes, siendo esta una ayuda a las ideas justas y adecuadas para la convivencia. (p. 9).

Para la UPE (2008), es un camino en que se llevan un aprendizaje continuo que hace que las personas puedan comprender, practicar y que los valores éticos sean de interés , iniciando por el respeto, la justicia, la virtud cívica, la ciudadanía y la responsabilidad que uno tiene por si mismo y también por el entorno social. Importancia: este tema es parte de la formación de hombres y mujeres; teniendo en cuenta y aceptando la autonomía de sus miembros, impartiendo modelos de ciudadanía nacional y universal, teniendo en cuenta las siguientes características:

- Autonomía personal.
- Capacidad para respetar deberes y derechos.
- Sentimiento colectivo en visión y misión, local y universal. (Universidad
- Pedagógica Experimental, 2012, p. 1)

El autor explica que la educación moral es, de acuerdo a las características mencionadas un constructor que relacione el juicio y la acción de las personas para ejercer un comportamiento adecuado en la sociedad.

### 2.3 Bases filosóficas

Para esta investigación se ha tomado como apoyo la doctrina del positivismo, debido a que considerando que el único conocimiento autentico es el científico que mostrará datos reales que contrastados nos arrojarán resultados concretos y confiables.

### 2.4 Definición de términos básicos

**Cultura:** Dentro de un lugar siempre encontraremos ciertas características que lo identifican por ejemplo creencias, derechos, conocimiento. (Taylor, 1871 p.34)

**Formación Integral:** Es un aprendizaje a diario buscando armonía entre las dimensiones del ser humano con el objetivo de que estos puedan ser realizadas para el bien del individuo y de su entorno. Esto quiere decir que todo lo que se aprenda en algún lugar específico no sólo beneficia O trae consecuencias en la persona sino también en quienes viven con ella. (Universidad Católica de Córdoba, 2008)

**Medios de Comunicación:** Hoy en día los medios de comunicación son aún más importantes que años anteriores y es cuando más se valora su uso ya que se encuentra siendo el complemento de la tecnología y haciéndose cada día más parte de ella, beneficiando de diversas maneras al individuo transformando la sociedad y siendo muy importante utilizarlo de manera informativa. ( Fernandez y Garcia 2001 p. 11)

**Respeto:** Es un sentimiento de alto valor o el valor que le das a algo o alguien que te importa. (Boritzer, 2016, p. 5)

**Sociedad:** Son seres humanos que en algunos casos Tienen las mismas características, pero diversas formaciones ya que provienen de otras familias. (Moreira, 2003, p. 2)

**Reality Show:** este formato es muy sonado hoy en día en la farándula llevando a la información errónea de las personas haciéndoles creer que lo que ven es real, si bien es cierto que las personas que forman parte de ello, son reales, puede que la situación que muestren sea solo una actuación. (Pérez & Gardey, 2015, p. 1)

**Talk Show:** se da en diversas instituciones y no hace falta ser parte de la televisión, son entrevistas en el que los participantes son personas comunes y corrientes que compartes, sus logros, metas y proyectos etc. (Talk Show, 2011, p

## 2.6 Operacionalización de las variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
<p><b>LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.</b></p> <p>Define como el gran encuentro informativo del siglo XX. Prensa, radio y televisión conviven y participan en el proceso de globalización de las sociedades y nadie pone en duda que los medios informativos desempeñan un papel relevante en la vida cotidiana de los ciudadanos ejerciendo un poder de transformación en la sociedad. ( Fernandez y Garcia 2001 p. 11)</p>	Frecuencia audiovisual de Comunicación Masiva	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Tiempo de visualización de televisión (días, horas, semanas)</li> <li>-Tiempo de audición radial (días, horas, semanas)</li> <li>-Consumo de medios escritos (periódicos, revistas, etc)</li> <li>-Frecuencia de tipo de programas de Radio.</li> </ul>	Nominal
	Importancia de los medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Desarrollo cultural en la sociedad</li> <li>-Fomento de los valores en la sociedad</li> <li>-Formación integral de los jóvenes</li> <li>-Fomento del respeto en la sociedad</li> </ul>	ordinal
	Cultura. la cultura o civilización, en sentido etnográfico amplio, es aquel todo complejo que incluye conocimientos, creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad (Taylor, 1871 p.34)	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Los medios de comunicación transmiten información en forma precisa.</li> <li>-Los medios de comunicación transmiten información en forma verídica.</li> <li>-Los medios escritos aporten cultura para la sociedad</li> <li>-Los programas de espectáculos aportan en el fomento de la cultura</li> <li>-los Reality show fomentan la cultura en la sociedad</li> <li>-Las personas que dan las noticias (radio, tv o medio escrito) presentan un nivel de cultura adecuado.</li> </ul>	ordinal
	Respeto, Valores Y Formación Integral	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Los medios de comunicación fomentan los valores y respeto hacia la sociedad</li> <li>-Los Talk shows promueven los valores y respetos entre las personas</li> <li>-Las series de televisión promueven los valores y respeto entre las personas</li> <li>-Los programas de noticias promueven el respeto y valores</li> <li>-Los medios de comunicación fomentan la formación integral en los jóvenes.</li> </ul>	ordinal

## Capítulo III METODOLOGÍA

### 3.1 Diseño metodológico

#### 3.1.1 Tipo de investigación

Esta investigación tiene el único fin de poder enriquecer conocimientos a otras personas que desean realizar un tema similar, en beneficio socioeconómico es que se realiza este estudio. (Tam, Vera y Oliveros, 2008 p.146)

#### 3.1.2 Nivel de investigación

Es de nivel descriptivo. No existe manipulación ni control en las variables se recolectan los datos de acuerdo con la realidad. (Figas G. Arias 2004 p.94)

#### 3.1.3 Diseño de investigación

El diseño no experimental estudia situaciones, objetos, instituciones, etc. No existe manipulación en las variables de manera deliberada. Se observan los contextos y luego se llevan al análisis. (Chavez, 2007, p. 136)

#### 3.1.4 Enfoque de investigación

Enfoque cuantitativo porque a través de la recolección de datos y el análisis de las estadísticas se obtendrán las respuestas a nuestra investigación.

### 3.2 Población y muestra

#### 3.2.1 Población

La población de esta investigación son los habitantes del distrito de Huacho, las edades estarán comprendidas entre hombres y mujeres de 18 a 75 años, que ascienden aproximadamente a 40820. De dicha población se excluye a los menores de 18 años y mayores de 75 años a personas que estén aisladas en instituciones religiosas y reclusas en penales; así como también personas que tengan algún tipo de complicación de salud.

### 3.2.2 Muestra

Será dada de manera probabilística, representativa, con método de selección estratificada - aleatoria y será determinada por la siguiente ecuación:

Nivel de confianza al 95%:  $z = 1,96$

Proporción de Éxito:  $p = 0,5$

Proporción de Fracaso:  $q = 0,5$

Error de estimación:  $e = \pm 0,055$

Población: 40820 (Fuente RENIEC al 2018)

$$n = \frac{1,96^2 (0,5)(0,5)(40820)}{1,96^2 (0,5)(0,5) + 0,055^2 (40820 - 1)} \approx 315$$

La Muestra estará representada por aproximadamente 315 habitantes de la ciudad de Huacho. La muestra representa a la selección de la población para el estudio. (Figas G. Arias, 2006, p. 83)

### 3.3 Técnicas de recolección de datos

La encuesta fue una de las técnicas utilizadas. Aplicó los dos cuestionarios a los ciudadanos muestreados de manera aleatoria al interior del distrito muestreado.

Se utilizaron los instrumentos (cuestionarios realizados por Catarina, México) validados mediante juicio de expertos anexados en la parte final (los mismos que están diseñados de acuerdo con los objetivos de la investigación), su aplicación será directa mediante la técnica de encuesta, el cual permitirá recolectar los datos directamente desde la fuente.

El instrumento consta de 2 cuestionarios para la recolección de la información

La primera parte consta de 8 ítems de categoría nominal y 30 ítems de categoría ordinal (Escala de Likert con 5 categorías de respuesta)

Siempre	Casi	A veces	Casi Nunca	Nunca
5	4	3	2	1

### Puntuación

Pero para la medición de la categoría ordinal, se usará los niveles: Bajo, moderado y alto. Usando la puntuación siguiente:

**Tabla 1. Nivel de Frecuencias Audiovisuales**

Nivel de Frecuencia	Puntaje	Número de ítems
<b>Bajo</b>	30 – 69	30
<b>Moderado</b>	70 – 109	
<b>Alto</b>	110 -150	

La segunda parte consta de 19 ítems de categoría ordinal (Escala de Likert con 5 categorías de respuesta)

Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
5	4	3	2	1

### Puntuación

Pero para la medición de la categoría ordinal, se usará los niveles: Bajo, medio y alto. Usando la puntuación siguiente:

**Tabla 2. Niveles de Importancia, Cultura y Valores**

Nivel de Importancia	Puntaje	Número de ítems
<b>Bajo</b>	04 – 09	5
<b>Medio</b>	10 – 14	
<b>Alto</b>	15 – 20	
Nivel de cultura	Puntaje	Número de ítems
<b>Bajo</b>	08 – 18	8
<b>Medio</b>	19 – 30	
<b>Alto</b>	31 – 40	
Nivel de Valores	Puntaje	Número de ítems
<b>Bajo</b>	07 – 16	7
<b>Medio</b>	17 – 25	
<b>Alto</b>	26 – 35	

### 3.4 Técnicas para el procesamiento de la información

Son resultados descriptivos obtenidos que fueron codificados con el fin de transcribirlos a los paquetes estadísticos, para ello se utilizó como software el SPSS. (MODO DE PRUEBA) y el Excel.

## Capítulo IV RESULTADOS

### 4.1 Análisis de resultados

La prueba de confiabilidad es Alfa de Crombach, nos muestra un 74,8%, de los 315 casos en estudio demuestra, tomando en consideración las cuatro dimensiones. Por lo tanto, podemos asegurar que la información presentada es confiable

**Tabla 3. Prueba de Crombach**

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
.748	4

### Impacto de los Medios de Comunicación

**Tabla 4. Nivel de impacto**

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
<b>BAJO</b>	224	71.11%
<b>MEDIO</b>	72	22.86%
<b>ALTO</b>	19	6.03%
<b>Total</b>	315	100.00%

Nota: Datos obtenidos a partir del cuestionario a los ciudadanos muestreados de manera aleatoria en Huacho.

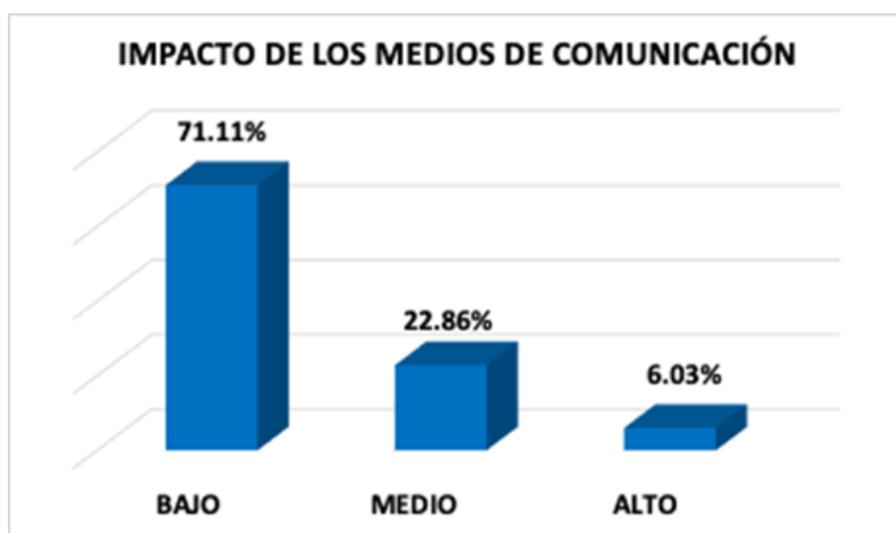


Figura 1. Impacto de los medios de comunicación

#### Interpretación:

El impacto de los medios de comunicación que perciben los pobladores del distrito de Huacho, presenta un nivel predominante bajo (71,11%), mientras que sólo un 6,03% de la población destaca un nivel alto del impacto. (tabla 5 y figura 1).

#### Nivel de Frecuencia de uso de los medios de comunicación.

Tabla 5. Uso de los medios de transmisión.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
BAJO	129	40.95%
MODERADO	141	44.76%
ALTO	45	14.29%
Total	315	100.00%

Nota: Datos obtenidos a partir del cuestionario a los ciudadanos muestreados de manera aleatoria en huacho

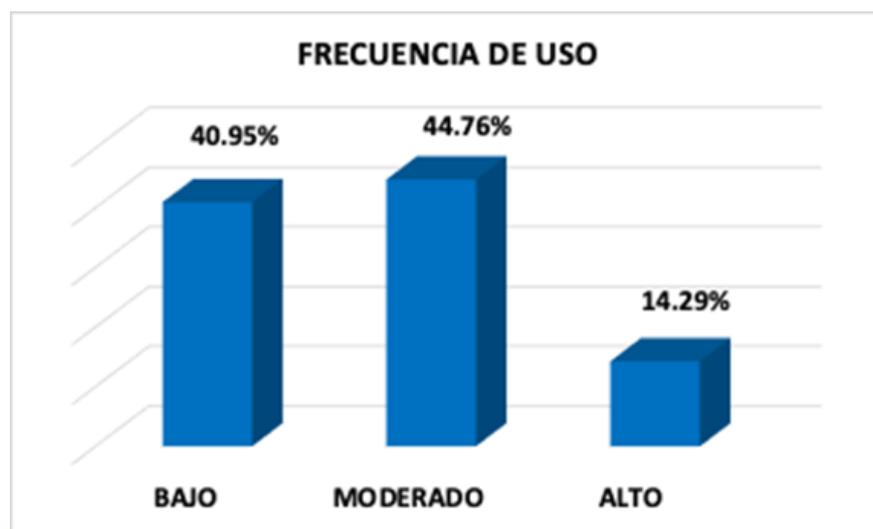


Figura 2. Frecuencia de uso de los medios de transmisión

### Interpretación:

En el distrito de Huacho, sus pobladores realizan el uso de los medios de comunicación (audiovisual, escrito) a un nivel moderado con 44,76% y un uso bajo del 40,95%; en tanto realiza el uso de los medios con un nivel alto del 14,29%. (Observar tabla 6 y figura 2)

### Importancia de los medios de comunicación

Tabla 6. Nivel de importancia

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
BAJO	234	74.29%
MEDIO	70	22.22%
ALTO	11	3.49%
Total	315	100.00%

Nota: Datos obtenidos a partir del cuestionario a los ciudadanos muestreados de manera aleatoria en Huacho.

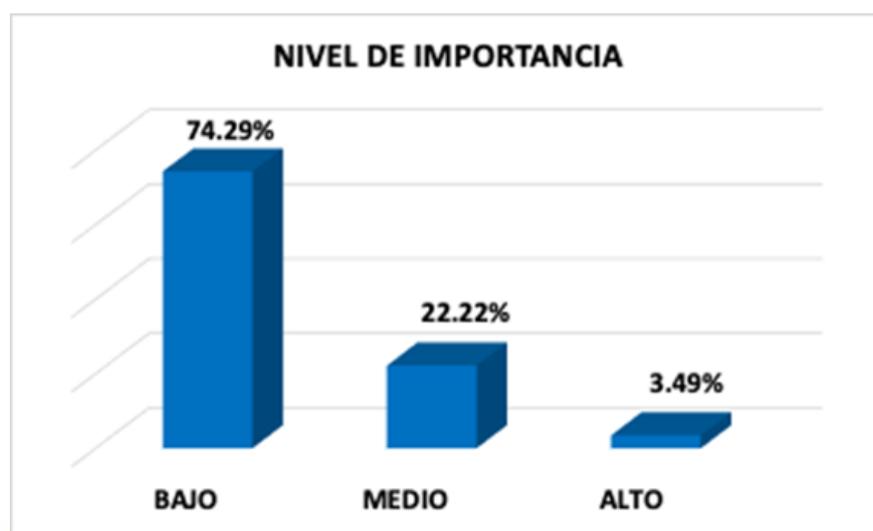


Figura 3. Importancia de los medios de comunicación

#### Interpretación:

Los habitantes del distrito de Huacho consideran que la importancia de los medios de comunicación presenta un nivel bajo (74,29%); mientras que, un pequeño porcentaje manifiesta que presenta un nivel alto del 3,49%. (Tabla 7 y figura 3)

#### Nivel de Cultura que presentan los medios de comunicación

Tabla 7. Nivel de cultura

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
<b>BAJO</b>	222	70.48%
<b>MEDIO</b>	73	23.17%
<b>ALTO</b>	20	6.35%
<b>Total</b>	315	100.00%

Nota: Datos obtenidos a partir del cuestionario a los ciudadanos muestreados de manera aleatoria en Huacho.

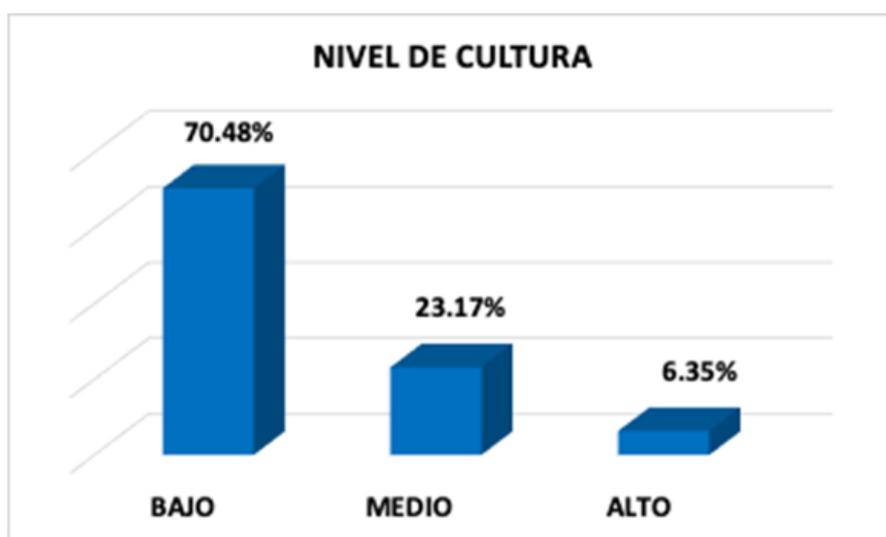


Figura 4. Nivel de cultura de los medios de comunicación

#### Interpretación:

Para los pobladores del distrito, los medios de comunicación presentan un nivel de cultura bajo con un 70,48%, en tanto, sólo un pequeño porcentaje (6,35%) manifiestan que el nivel de cultura es alto. (Visualizar tabla 8 y figura 4)

#### Valores, respeto y formación integral que cumplen los medios de comunicación

Tabla 8. Valores, respeto y formación integral

<u>Nivel</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
<b>BAJO</b>	214	67.94%
<b>MEDIO</b>	91	28.89%
<b>ALTO</b>	10	3.17%
<b>Total</b>	315	100.00%

Nota: Datos obtenidos a partir del cuestionario a los ciudadanos muestreados de manera aleatoria en huacho.

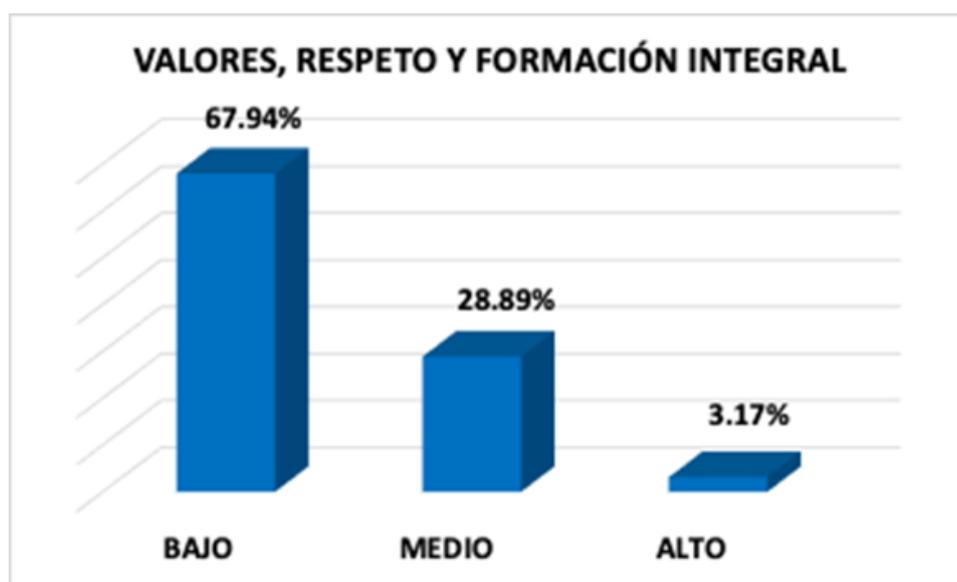


Figura 5. Nivel de valores, respeto y formación integral

**Interpretación:**

El nivel de valor, respeto y de formación integral que manifiestan los medios de comunicación hacia la población huachana es bajo (67,94%); mientras que sólo el 3,17% menciona que es alto. (Tabla 9 y figura 5)

**4.2 Contratación de hipótesis**

Tesis de una variable.

## Capítulo V DISCUSIÓN

### 5.1 Discusión

Se conoció que el impacto en los medios de comunicación ya sea de tipos audiovisuales y/o escritos en la sociedad huachana presentó un nivel significativamente bajo.

En referencia a la frecuencia de uso de dichos medios, en la población huachana se identifica un nivel moderado, ello producto a la posible falta credibilidad que presentan los medios de comunicación en estos tiempos.

Lo expuesto anteriormente coincide con Jáuregui (2014) donde menciona que la percepción de los habitantes de Huamanga con respecto en los medios de comunicación masivo se manipulan la información sobre la realidad regional a su conveniencia; esto produjo que se pierda credibilidad sobre la información que se transmitía en cuanto al comportamiento político de las autoridades.

En el trabajo se pudo identificar que el nivel de importancia que percibe la población de Huacho respecto a los medios de comunicación es bajo, ello se contradice a lo expuesto por Agudelo (2008) e Idrovo (2015), el cuál expone que en los últimos años los medios de comunicación han convertido en los transformadores de personas, en este caso los niños (futuros impulsores de los cambios en un país).

El nivel de cultura que se percibe de los medios de comunicación por parte de los (2017) y Cruz (2013), en donde manifiestan que los medios de comunicación deben cumplir como rol fundamental el de educar a nuestros jóvenes y niños con buenas políticas de cultura. A lo cual, no se ve observa en los últimos años, ello conlleva a que se pierdan las identidades culturales y se promueva indirectamente otras actividades que promuevan la pérdida de los valores culturales deben ser impartidos en las instituciones educativas y en los hogares.

El nivel de los valores, respeto y formación integral difundan los medios de comunicación en la sociedad huachana. A lo expuesto por Dominguez, Lloclla, & Katherine (2015) y Vera (2015); fundamentan que los medios de información influyen en la formación de la identidad y socialización de la población estudiantil juvenil; ya que, como medios de difusión puede direccionar en el comportamiento y su formación integral; y en relación con la investigación el proceso de formación cultural, respeto por los demás y formación integral que representan es baja.



## Capítulo VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1 Conclusiones

De acuerdo a los objetivos planteados podemos demostrar que la sociedad de Huacho percibe en los medios de comunicación masiva que el impacto es bajo en la sociedad huachana.

Por los resultados conseguidos de acuerdo a los objetivos planteados podemos demostrar que el uso frecuente de los medios de comunicación masiva es relativamente moderado con tendencia a bajo.

Por los resultados conseguidos de acuerdo a los objetivos planteados podemos demostrar que el nivel de cultura que imparten los medios de comunicación hacia los pobladores huachanos es bajo.

Por los resultados conseguidos de acuerdo a los objetivos planteados podemos demostrar que los habitantes del distrito de Huacho consideran que la importancia de los medios de comunicación es baja.

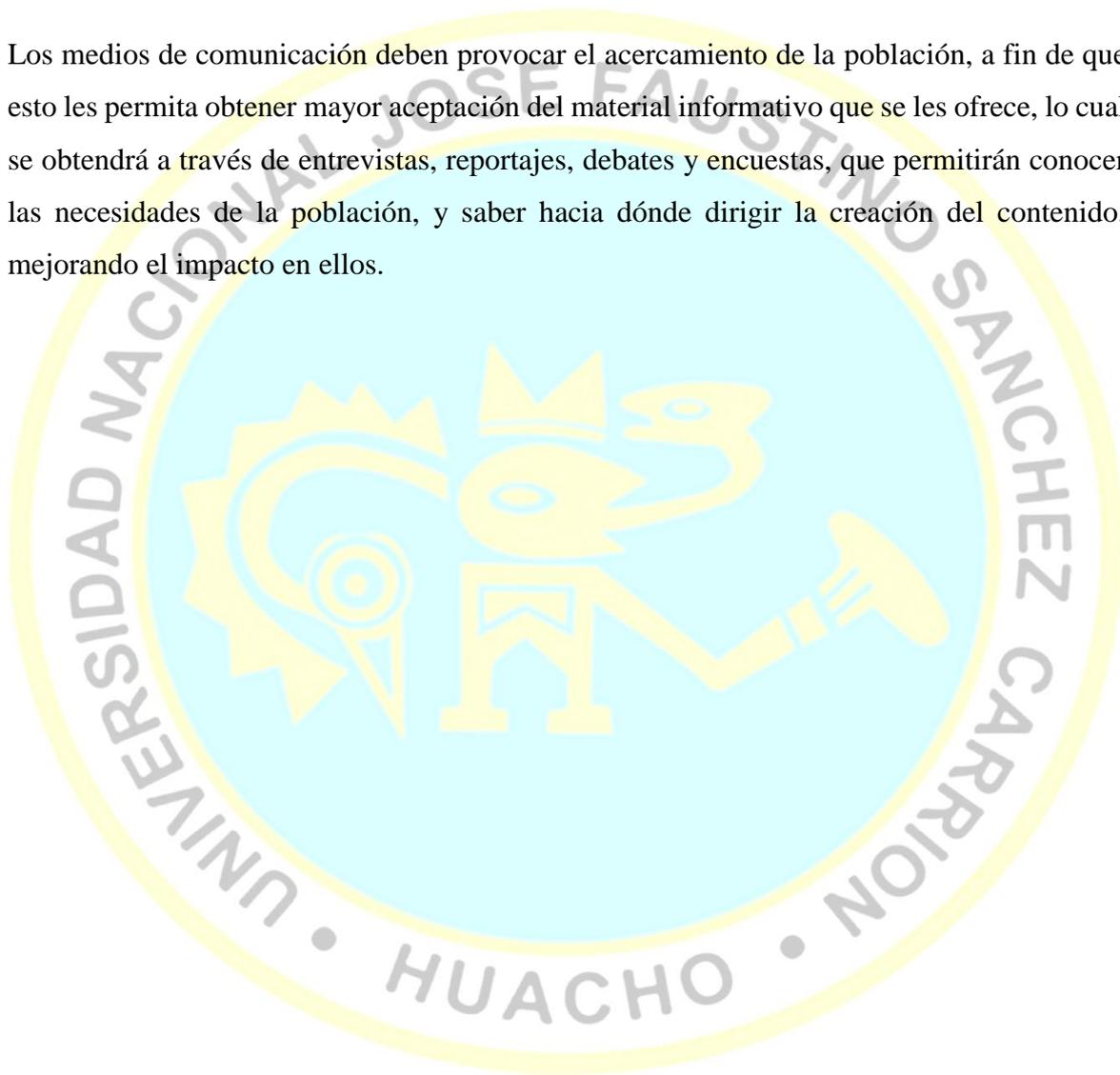
Finalmente, se conoció que el nivel de respeto, valores y formación integral que ejerce los medios de comunicación hacia la población huachana es bajo.

#### 6.2 Recomendaciones

En la ciudad de Huacho los medios de comunicación tienen bajo impacto, debido a que la población percibe que la información que brindan, carece de imparcialidad porque sus fuentes de financiamientos, principalmente, son obtenidas de las instituciones públicas que provocan la autocensura en los comunicadores, por lo que la transparencia de estos ingresos daría como resultado que la población recupere la confianza.

La informalidad de la ciudad de Huacho, ha provocado que muchas instituciones públicas y privadas no quieren invertir en los medios locales, ocasionando que no exista el suficiente financiamiento para ofrecer contenido de calidad; por lo que, el primer paso para mejorar esta situación, sería alcanzar la formalidad que no solo les permita conformar un equipo de trabajo adecuado, sino que, además, les permita generar un buen contenido con una gran producción audiovisual.

Los medios de comunicación deben provocar el acercamiento de la población, a fin de que esto les permita obtener mayor aceptación del material informativo que se les ofrece, lo cual se obtendrá a través de entrevistas, reportajes, debates y encuestas, que permitirán conocer las necesidades de la población, y saber hacia dónde dirigir la creación del contenido, mejorando el impacto en ellos.



## REFERENCIAS

### 7.1 Fuentes documentales

Andrade, D (2020). Metodología de Invariación. Formatos. UNJFSC-Huacho.

Andrade, D (2020). Metodología de investigación. Videos. UNJFSC-Huacho.

### 7.2 Fuentes bibliográficas

AVoites, V., & López, M. J. (2017). La filosofía frente al objeto cuántico. Revista Mexicana de Física, 107-122.

Bardales Torres, C. “Metodología de la Investigación Científica”

Carrasco Díaz, Sergio (2005). Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación. Editorial: editorial San Marcos – UNJFSC.

De Canales, Francisca y otros: La Metodología de la Investigación Ed. Limusa. México.

Fernández S. (2015) Cap. 2 Origen del Proyecto de la investigación Revisado en: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Hernandez S.R, Mendoza, C.(2018) Metodología de la Investigación Mc Graw Hill México.

Maletta Héctor. (2009). Epistemología aplicada: Metodología y técnica de la producción científica. Primera Edición. Consorcio de Investigación Económica y Social. Universidad Pacífico. Perú.

Rodríguez C. y Ventura N. (2017) “Eficacia del Marketing Cinematográfico Nacional en Lima Metropolitana año 2017” Tesis para optar el título profesional den Ciencias de la Comunicación. UNJFSC. Registro 21.

Sierra Bravo, R.: Técnicas de Investigación social. Ed.Paraninfo España. UNJFSC.

### 7.3 Fuentes hemerográficas

American Psychological Association (2010). Manual de Publicaciones de la American Psychological Association (3 ed. Traducida de la sexta en inglés). México, D.F.: Editorial El Manual Moderno. NORMAS APA-SEXTA EDICIÓN

Asencio-Cabot, E. (2014). Una aproximación a la concepción de ciencia. *Ciênc. Educ.*, Bauru, 20(3), 540-560. doi:doi: <http://dx.doi.org/10.1590/1516-73132014000300003>

Andrade, D (2020), Desarrollo sistémico de la ciencia, una crítica a los paradigmas de Thomas Kuhn. Publicado en: *Tecnociencia, innovación y sociedad: Reflexiones teóricas y estudios de casos iberoamericanos*. Global Knowledge Academics. Madrid España. Revista Guara – Museo Arqueológico de la UNJFSC.

### 7.4 Fuentes electrónicas

Al-Ghassani, A., & Sandoval Garcia, C. (1995). *Inventario de los medios de comunicación*. Colombia: Printer Colombia.

Añanca, M. (2017). El rol de los medios de comunicación y el incremento de la criminalidad en el peru. Tesis de maestría, USMP, Derecho, Lima.

Aparici, R. (22 de Diciembre de 2019). Educación para los Medios de Comunicación. Arboccó, M., Arboccó, & Jorge. (Agosto - Diciembre de 2012). Impacto de la “televisión basura” en la mente y la conducta de niños y adolescentes. *Av. Psicol.*, II(20), 43-57.

Berrios, O. (2014). *Ciber corresponsales*. Obtenido de <https://www.cibercorresponsales.org/pages/m%C3%B3dulo-2-comprender-los-medios-de-comunicaci%C3%B3n>

Boritzer, E. (2016). *¿Qué es el respeto?* (Primera ed.). Colombia: Bilineata.

Consejo Nacional de Educación. (Julio de 2013). *Los medios de comunicación y la educación*. 1-4. Lima, Perú: Clevigraf Ediciones S.A.C.

Corvalan, A. (2010). Medios de comunicacion masivos. Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/35791358/4-1-Medios-de-comunicacion-masivos-Definicion-y-caracteristicas-de-los-MCM>

Cruz, M. (2013). Los Medios Masivos de Comunicación y su papel en la construcción y deconstrucción de identidades: apuntes críticos para una reflexión inconclusa. *Biblioteca anales de la Investigación*(9), 189-199.

Dominguez, J., Lloclla, I., & Katherine, P. (2015). La televisión como medio de comunicación y la construcción de la identidad en los estudiantes del primer grado de secundaria de la institución educativa el Bosque 1182, San Juan de Lurigancho, Lima. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzman y Valle, Ciencias Sociales, Lima.

Educativo, P. (2014). PortalEducativo. Recuperado el 20 de Diciembre de 2019, de <http://www.portaleducativo.net/pais/pe/septimo-basico/317/Medios-de-comunicacion-masiva>

Fernández, T., & García, A. (2001). *Medios de Comunicación, Sociedad y Educación* (Primera ed., Vol. IV). La Mancha, España: Universidad de Castilla-La Mancha. Gutierrez, B., Rodriguez, M., & Camino, M. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporanea española. *Signo y Pensamiento*, XXIX(57), 268-285.

Idrovo, C. (2015). Medios de comunicación y su influencia en la conducta violenta en el entorno escolar, de los estudiantes de cuarto año de la escuela fiscal mixta matutina n° 119 dr. Teodoro Wolf de la ciudad de Guayaquil. Tesis de Pregrado, Universidad de Guayaquil, Guayaquil.

Ignacio Domínguez, J. (2005). GestioPolis. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/Canales4/mkt/papelmedio.htm>

Larco, M. (16 de Marzo de 2010). Responsabilidad social de los medios de comunicación. 1-18. Lima.

Martínez, J. (1998). El impacto moral y social de los medios de comunicación social. Reflexiones - Comunicar(10), 164-170.

Martínez, M., Pérez, W., & Solano, D. (Abril de 2011). Impacto de los medios masivos de comunicación en la vida familiar. Cultura, Educación y Sociedad, II(1), 111-118.

Moreira, M. (2003). ¿Qué es la Sociedad? (B. Virtual, Ed.) Obtenido de <https://www.biblioteca.org.ar/libros/89004.pdf>

Ortega, J. (2004). Introducción a una Autoestima - ¿Qué son los valores? (Vol. VI). Madrid, España: Alianza Editorial.

Pérez, J., & Gardey, A. (2015). Reality Show. Obtenido de <https://definicion.de/reality-show/>

Puig, J. (1992). Educación Moral y Cívica. (M. d. Ciencia, Ed.) España.

Rojas, M. (2011). Identidad cultural e integración. Universidad de San Buenaventura: Bogotá.

Román, V., & Quintana, M. (2010). Nivel de influencia de los medios de comunicación sobre la alimentación saludable en adolescentes de colegios públicos de un distrito de Lima. An Fac Med., III(71), 185-189.

Sandoval, E. (2015). Impacto de los medios de comunicación de masas sobre la opinión pública: ¿sobre los peligros de la adolescencia? Diversitas - Perspectivas en Psicología, XI(1), 37-49.

Talk Show. (15 de Marzo de 2011). ¿Qué es un talk show? Thompson, I. (2010). Tipos de Medios de Comunicación.

Universidad Católica de Córdoba . (2008). Jornadas para Docentes 2008. ¿Qué entendemos por Formación Integral? Cordova, Argentina.

## ANEXOS

### 01 MATRIZ DE CONSISTENCIA

<b>LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA SOCIEDAD DE HUACHO</b>					
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGÍA
<p><b>Problema General</b> ¿Cuál es el impacto de los medios de comunicación en la sociedad de Huacho?</p> <p><b>Problemas Específicos</b> ¿Cuál es la frecuencia que usa los medios de comunicación audiovisual, la población de Huacho?</p> <p>¿Cuál es el nivel de importancia de los medios de comunicación en la sociedad de Huacho?</p> <p>¿Cuál es el nivel de cultura de los medios de comunicación en la sociedad de Huacho?</p> <p>¿Cuál es el nivel de valores, respeto y formación integral que cumplen los medios de comunicación en la sociedad de Huacho?</p>	<p><b>Objetivo General</b> Conocer el impacto de los medios de comunicación en la sociedad de Huacho</p> <p><b>Objetivos Específicos</b> Identificar la frecuencia de uso de los medios de comunicación audiovisual en la población de Huacho.</p> <p>Identificar el nivel de importancia de los medios de comunicación en la sociedad de Huacho.</p> <p>Identificar el nivel de cultura de los medios de comunicación en la sociedad de Huacho.</p> <p>Identificar el nivel de valores, respeto y formación integral que cumplen los medios de comunicación en la sociedad de Huacho</p>		<p><b>Impacto de los medios de comunicación</b></p>	<p>Frecuencia audiovisual de Comunicación</p> <p>Masiva</p> <p>Importancia de los medios de comunicación</p> <p>Cultura</p> <p>Respeto, Valores y Formación Integral</p>	<p>El diseño en la presente investigación será no experimental, tipo básica, enfoque cuantitativo, corte transversal, nivel descriptivo.</p> <p><b>Instrumentos</b> Para Recolectar datos Se usarán dos cuestionarios para la recolección de la información.</p>

## 02 INSTRUMENTOS PARA LA TOMA DE DATOS

## CUESTIONARIO 01

**Objetivo: Conocer la frecuencia audiovisual de los medios de comunicación**

FRECUENCIA					
En las últimas semanas, ¿Cuántos días haz visto televisión?	Todos los días	De 5 a 6 días	De 4 a 3 días	De 1 a 2 días	Cero días
Aproximadamente, ¿Cuántas horas al día ves televisión?	Más de 4 horas al día	4 horas al día	3 horas al día	1 a 2 horas al día	Menos de 1 hora al día
¿Con qué frecuencia ves los siguientes programas de televisión?					
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
Noticiarios	5	4	3	2	1
Telenovelas	5	4	3	2	1
Programas de Espectáculos	5	4	3	2	1
Películas	5	4	3	2	1
Reality Shows	5	4	3	2	1
Series americanas	5	4	3	2	1
Talk show	5	4	3	2	1
Programas de Revista	5	4	3	2	1
Programas Culturales	5	4	3	2	1
Programas deportivos	5	4	3	2	1
Programas cómicos	5	4	3	2	1
Programas de opinión y análisis político	5	4	3	2	1
FRECUENCIA					
En las últimas semanas, ¿Cuántos días escuchas radio?	Todos los días	De 5 a 6 días	De 4 a 3 días	De 1 a 2 días	Cero días
Aproximadamente, ¿Cuántas horas al día escuchas radio?	Más de 4 horas al día	4 horas al día	3 horas al día	1 a 2 horas al día	Menos de 1 hora al día
¿Con qué frecuencia escuchas los siguientes programas radiales?					
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
Noticiario	5	4	3	2	1
Música en general	5	4	3	2	1
Complacencias	5	4	3	2	1
Programas deportivos	5	4	3	2	1
Programas culturales	5	4	3	2	1
Programas de espectáculos	5	4	3	2	1
Programas de análisis político	5	4	3	2	1
FRECUENCIA DE COMUNICACIÓN ESCRITA					
En las últimas semanas, ¿Cuántos días a la semana lees algún medio escrito?	Todos los días	De 5 a 6 días	De 4 a 3 días	De 1 a 2 días	Cero días
Aproximadamente, ¿Cuántas horas al día lees algún medio escrito?	Más de 2 horas al día	2 horas al día	1 horas al día	30 minutos	Menos de 30 minutos
¿Con qué frecuencia lees cada una de las secciones de algún medio escrito?					
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
Nacional	5	4	3	2	1
Internacional	5	4	3	2	1
Regional	5	4	3	2	1
De política	5	4	3	2	1
De sociales	5	4	3	2	1
De espectáculo	5	4	3	2	1
Policiales	5	4	3	2	1
De cultura	5	4	3	2	1
De negocios	5	4	3	2	1
De finanzas	5	4	3	2	1
De avisos clasificados	5	4	3	2	1

## Medios de comunicación y la Sociedad

**Objetivo: Conocer la importancia e impacto de los medios de comunicación en la sociedad**

IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN					
¿Qué tan de acuerdo o desacuerdo está con las siguientes afirmaciones?					
	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
Los medios de comunicación son importantes	5	4	3	2	1
Los medios de comunicación son importantes	5	4	3	2	1
Los medios de comunicación son importantes	5	4	3	2	1
Los medios de comunicación son importantes	5	4	3	2	1
NIVEL DE					
	Muy de	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
Los medios de comunicación transmiten información en forma precisa.	5	4	3	2	1
Los medios de comunicación transmiten información en forma verídica	5	4	3	2	1
Los programas de noticias (radial o televisivo)	5	4	3	2	1
Los medios escritos aporten en la cultura para	5	4	3	2	1
Los programas de espectáculos aportan en el fomento de la cultura	5	4	3	2	1
Las secciones de espectáculos (prensa) aporta	5	4	3	2	1
Los Reality show fomentan la cultura en la sociedad	5	4	3	2	1
Las personas que dan las noticias (radio, tv o medio escrito) presentan un nivel de cultura adecuado.	5	4	3	2	1
VALORES, RESPETO Y FORMACIÓN INTEGRAL					
	Muy de	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
Los medios de comunicación fomentan los valores y respeto hacia la sociedad	5	4	3	2	1
Los Talk shows promueven los valores y respetos entre las personas	5	4	3	2	1
Las series de televisión promueven los valores	5	4	3	2	1
Los programas de noticias promueven el respeto y valores	5	4	3	2	1
Los medios de comunicación fomentan la formación integral en los jóvenes.	5	4	3	2	1
Los programas de Reality Shows fomentan una buena formación integral a los jóvenes	5	4	3	2	1
Los programas de cultura y noticias aportan en la formación integral de los jóvenes.	5	4	3	2	1

## 03 TRABAJO ESTADÍSTICO DESARROLLADO

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN POR  
CRITERIO DE JUECES

## I. DATOS GENERALES

1.1 Apellidos y nombres del juez : ESCURRA ESTRADA CRISTIAN IVAN  
 1.2 Cargo e institución donde labora : DOCENTE UNJFSC - HUACHO  
 1.3 Nombre del instrumento evaluado : Impacto de los medios de Comunicación  
 1.4 Autor (es) del instrumento : Caterina

## II. ASPECTO DE LA VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Baja	Regular	Buena	Muy buena
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y comprensible				X	
2. OBJETIVIDAD	Permite medir hechos observables					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				X	
4. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente				X	
6. PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados					X
7. CONSISTENCIA	Pretende conseguir datos basados en teorías o modelos teóricos					X
8. COHERENCIA	Entre variables, indicadores y los ítems					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación				X	
10. APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente					X
↓ ↓ ↓ ↓ ↓						
CONTEO TOTAL DE MARCAS (realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)		A	B	C	D	E
					5	5

$$\text{Coeficiente de validez} = \frac{1 \times A + 2 \times B + 3 \times C + 4 \times D + 5 \times E}{50} = \frac{0 + 0 + 0 + 4 \times 5 + 5 \times 5}{50} = \underline{0.90}$$

III. CALIFICACIÓN GLOBAL (Ubique el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y marque con un aspa en el círculo asociado)

CATEGORÍA	INTERVALO
Desaprobado	[0,00 – 0,60]
Observado	<0,60 – 0,70]
Aprobado	<0,70 – 1,00]

## IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

APLICABLE

Lugar: HUACHO - UNJFSC  
 Huacho 18 de diciembre del 20 19

  
 Firma del juez

## VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN POR CRITERIO DE JUECES

### I. DATOS GENERALES

1.1 Apellidos y nombres del juez Dr. Stalein Tamara Tamarez  
 1.2 Cargo e institución donde labora Universidad Privada del Norte  
 1.3 Nombre del instrumento evaluado Impacto de las medias de comunicación  
 1.4 Autor (es) del instrumento Catarina

### II. ASPECTO DE LA VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Baja	Regular	Buena	Muy buena
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y comprensible				✓	
2. OBJETIVIDAD	Permite medir hechos observables					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					✓
4. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada					✓
5. SUFICIENCIA	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente					✓
6. PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados				✓	
7. CONSISTENCIA	Pretende conseguir datos basados en teorías o modelos teóricos				✓	
8. COHERENCIA	Entre variables, indicadores y los ítems				✓	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación					✓
10. APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente				✓	

CONTEO TOTAL DE MARCAS (realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)	A	B	C	D	E
					5

$$\text{Coeficiente de validez} = \frac{1 \times A + 2 \times B + 3 \times C + 4 \times D + 5 \times E}{50} = \underline{0,90}$$

III. CALIFICACIÓN GLOBAL (Ubique el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y marque con un aspa en el círculo asociado)

CATEGORIA	INTERVALO
Desaprobado ○	[0,00 – 0,60]
Observado ○	<0,60 – 0,70]
Aprobado ⊗	<0,70 – 1,00]

### IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Aplicar

Lugar: Lima  
 Huacho 20 de Diciembre del 2019

  
 Firma del juez