

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



Tesis

**Los Medios de Comunicación de mayor consumo en la
población más convulsionada del distrito de Víctor Larco,
provincia de Trujillo, 2017**

Presentado por:

Bach. Gabriel Enrique DURAND JULCA

Asesor:

M (o) Walter Carlos VELÁSQUEZ CÓRDOVA

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

HUACHO – PERÚ

2017

**Los Medios de Comunicación de mayor consumo en la
población más convulsionada del distrito de Víctor Larco,
provincia de Trujillo, 2017**

ASESOR

M (o). Walter Carlos Velásquez Córdova

JURADO EVALUADOR

Dra. Kathelin Alexandra Lozano Vásquez

Presidenta

M (o). César Raúl Verástegui Paredes

Secretario

M (a). Juana María Anselmo Arrunátegui

Vocal

DEDICATORIA

A mi esposa e hijos

Que son el motor de mis esfuerzos
sostenidos y mi motivación diaria.

A mi madre

Por su apoyo incondicional y ser la gestora
de mi progreso personal y profesional.

A mi hermano Jerson

Por su compañía durante algún tiempo en la universidad
y porque sé que nos cuida desde donde está.

AGRADECIMIENTO

A nuestro Padre Celestial

Por su guía espiritual y protección
en cada paso dado.

A mi casa superior de estudios

A la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión
por la oportunidad académica y a sus docentes,
de quienes aprendí mucho.

A mi asesor de tesis

Al profesor Walter Velásquez Córdova,
excelente docente universitario, por su paciencia
y apoyo en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

ÍNDICE

	Pág.
Portada	i
Título	ii
Asesor	iii
Jurado Calificador	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
Introducción	1
CAPÍTULO I : PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1 Descripción de la Realidad Problemática	3
1.2 Formulación del Problema	4
1.2.1 Formulación General:	4
1.2.2 Formulación Específicas:	4
1.3 Objetivos de la investigación	5
1.3.1 Objetivo General:	5
1.3.2 Objetivos Específicos:	5
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	6
2.1 Antecedentes de la investigación	6
2.1.1. Investigaciones relacionadas con el estudio	6
2.2 Bases teóricas	9
2.3 Definiciones conceptuales	12
2.4 Formulación de hipótesis:	15
2.4.1 Hipótesis General	15
2.4.2 Hipótesis Específicas	15
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	16
3.1 Diseño metodológico	16
3.1.1. Tipo de Investigación	16

3.2 Población y muestra	16
3.3 Operacionalización de variables e indicadores	17
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	19
3.4.1. Técnicas a emplear	19
3.4.2. Descripción de instrumentos	19
3.5. Técnicas para el procesamiento de la información.....	19
 CAPÍTULO IV: RESULTADOS	 20
 CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES ...	 35
5.1 Discusión	35
5.2 Conclusiones	38
5.3 Recomendaciones	40
 CAPÍTULO VI : RECURSOS Y CRONOGRAMAS	 42
6.1 Recursos	42
6.2. Cronograma de actividades	44
6.3. Presupuesto y financiamiento	45
 CAPÍTULO VII: FUENTES DE INFORMACIÓN	 46
7.1 Fuentes bibliográficas	46
7.2 Fuentes hemerográficas	47
7.3 Fuentes electrónicas	48
 ANEXOS	
Matriz de consistencia	
Encuesta	

ÍNDICE DE TABLAS

- **Tabla 1:** Edad de los pobladores del distrito Víctor Larco Herrera 20
- **Tabla 2:** Segmentación de sexo de pobladores del distrito Víctor Larco.... 21
- **Tabla 3:** Lugar de residencia de pobladores del distrito Víctor Larco 22
- **Tabla 4:** Nivel educativo de la población del distrito Víctor Larco 23
- **Tabla 5:** Frecuencia con que miran la TV los pobladores de Víctor Larco.. 25
- **Tabla 6:** Frecuencia de escucha radiofónica de los pobladores 26
- **Tabla 7:** Frecuencia de lectoría de diarios de los pobladores de Víctor Larco 27
- **Tabla 8:** Medios de comunicación de mayor consumo en la provincia 28
- **Tabla 9:** Importancia de los temas de interés de la población 29
- **Tabla 10:** Medio televisivo de mayor preferencia de pobladores 30
- **Tabla 11:** Medio radial de mayor consumo de los pobladores 32
- **Tabla 12:** Medio impreso de mayor consumo de los pobladores 33

ÍNDICE DE FIGURAS

• Figura 1: Edad de los pobladores del distrito Víctor Larco Herrera	20
• Figura 2: Segmentación de sexo de pobladores del distrito Víctor Larco....	21
• Figura 3: Lugar de residencia de pobladores del distrito Víctor Larco	22
• Figura 4: Nivel educativo de la población del distrito Víctor Larco	23
• Figura 5: Frecuencia con que miran la TV los pobladores de Víctor Larco..	25
• Figura 6: Frecuencia de escucha radiofónica de los pobladores	26
• Figura 7: Frecuencia de lectoría de diarios de los pobladores de Víctor Larco	27
• Figura 8: Medios de comunicación de mayor consumo en la provincia	28
• Figura 9: Importancia de los temas de interés de la población	29
• Figura 10: Medio televisivo de mayor preferencia de pobladores	30
• Figura 11: Medio radial de mayor consumo de los pobladores	32
• Figura 12: Medio impreso de mayor consumo de los pobladores	33

RESUMEN

Objetivo: Determinar qué medios de comunicación son de mayor consumo en la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017. **Métodos:** La población de estudio fueron 310 ciudadanos que viven dentro y fuera de la zona urbana de los sectores Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur, del distrito de Víctor Larco, entre los 18 y 50 años a más; se utilizó el método de investigación descriptivo de corte transversal (Polít y Hungler, 2000). Se consideró el uso de la muestra probabilística; al azar, representativa de la población, porque busca generalizar los resultados y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis. (Hernández et al. 2010, p.176). **Resultados:** Los resultados muestran que la población encuestada con poca frecuencia mira televisión (53.5%) y escucha radio (57.7%) para conocer noticias; sin embargo, precisan que a través del medio de comunicación televisivo (59.4%) se informan más de diversas noticias. En cuanto al nombre del medio de comunicación de mayor preferencia escogieron a América Televisión (56.8%), RRP radio (51.9%) y el periódico Satélite (67.7%). **Conclusión:** Los resultados obtenidos demuestran que la población encuestada consume casi por igual los diversos medios de comunicación.

Palabras clave: Medios de comunicación, televisión, radio, impreso.

ABSTRACT

Objective: Determine which means of communication are of greater consumption in the most convulsive population of the district of Victor Larco, province of Trujillo, 2017.

Methods: The study population included 310 citizens living in and outside the urban area of the Buenos Aires Norte and Buenos Aires Sur sectors, in the district of Víctor Larco, between 18 and 50 years of age; the cross-sectional descriptive research method was used (Polit and Hungler, 2000). The use of the probabilistic sample was considered at random, representative of the population, because it seeks to generalize the results and by means of a random or mechanical selection of the units of analysis. (Hernández et al., 2010, p.176).

Results: The results show that the surveyed population infrequently watches television (53.5%) and listens to radio (57.7%) to be aware of the news; nevertheless, they specify that through the means of television communication (59.4%) more news is reported. Regarding the name of the most preferred means of communication, they chose América Televisión (56.8%), RRP Radio (51.9%) and the Satélite newspaper (67.7%). **Conclusion:** The results obtained show that the surveyed population consumes almost the same means of communication.

Keywords: Media, television, radio, printed.

INTRODUCCIÓN

Desde los orígenes de la humanidad la necesidad de entablar comunicación entre los seres humanos ha sido una necesidad, tal es así que por historia conocemos que las primeras formas de comunicación fueron los sonidos entre los primitivos, pasando por los gestos, imágenes y posteriormente continuaron desarrollando otras habilidades para perfeccionar tales formas de comunicación.

Si bien en la actualidad se usa de modo más frecuente las redes sociales y diversos medios de comunicación digital; la televisión, la radio y el impreso siguen siendo los principales medios de mayor consumo a través de los cuales los ciudadanos de todo el mundo se enteran de las noticias o de cualquier otro tema de su interés.

Tal es así, por ejemplo, que la Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública SAC (CPI), desde hace algunos años realiza anualmente dos estudios sobre lectoría de medios impresos y sintonía de radios y televisión a nivel nacional, precisamente para dar a conocer cómo va la preferencia del público con relación al consumo de medios de comunicación.

Asimismo, vale mencionar que de acuerdo a un reporte del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), a través de una encuesta realizada entre noviembre 2016 y abril 2017, se pudo conocer que el 48.1% de los encuestados, que comprendió a ciudadanos de 18 años a más, consideró que es la corrupción el mayor problema que afecta al país, seguido un 44.5% que cree que es la delincuencia el segundo problema, le sigue la pobreza (19.8%), la falta de seguridad ciudadana (19.1%), falta de empleo (13.4%), mala calidad de la educación estatal (12.2%), falta de credibilidad y transparencia en el gobierno (7.4%), los bajos sueldos/aumento de precios (6.8%), la falta de cobertura/mala atención en salud pública (5.9%), la violencia en los hogares (5.4%) y la falta de apoyo a la agricultura (3.6%).

En ese contexto, el presente trabajo, titulado *Los Medios de Comunicación de mayor consumo en la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017*, busca conocer no solo la preferencia de los medios de comunicación por parte de los ciudadanos de los sectores focalizados para la aplicación del instrumento (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur), sino también llegar a entender cómo es que a través del consumo de los medios de comunicación se puede conocer que dichas zonas del distrito de Víctor Larco están convulsionadas por distintos problemas sociales, entre ellos, la delincuencia, la falta de oportunidad laboral, la poca atención del Estado en cuanto a sus demandas básicas para vivir, entre otros.

En ese sentido, el presente trabajo de investigación se organizó de la siguiente forma:

Capítulo 1: Se aborda la descripción de la realidad problemática, formulación del problema general y problemas específicos, objetivos de la investigación general y específico.

Capítulo 2: Se aborda el marco teórico, antecedentes de la investigación, bases teóricas, definiciones conceptuales, formulación de la hipótesis general y las hipótesis específicas.

Capítulo 3: Se aborda la Metodología, diseño metodológico, población y muestra, operacionalización de variables e indicadores, técnicas e instrumentos de recolección de datos, técnicas a emplear, descripción de los instrumentos, técnicas para el procesamiento de la información.

Capítulo 4: Se aborda los resultados, con su respectiva presentación de cuadros, gráficas e interpretaciones.

Capítulo 5: Se aborda la discusión, conclusiones y recomendaciones.

Capítulo 6: Se aborda las fuentes de información, que contiene fuentes bibliográficas, hemerográficas y electrónicas.

Anexos: Se incluye la matriz de consistencia y el instrumento (encuesta).

Capítulo I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la Realidad Problemática

Esta investigación pretende determinar qué medios de comunicación consume la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, en la provincia de Trujillo, como fuente para informarse sobre diversos temas de coyuntura, entre ellos, la inseguridad ciudadana, todo lo relacionado al aspecto político y sus actores, el rechazo a la corrupción en el sector gubernamental, problemáticas sociales como el maltrato familiar, manifestaciones masivas de grupos sindicalistas y de la misma sociedad civil en cuanto a sus demandas frente al Estado, entre otras cataduras de la cotidianidad que agobian a la misma ciudadanía.

Al citar la palabra convulsionado, se hace referencia a la figura gramatical: participio; ello, con la intención de aplicar a la forma no personal del verbo para la función como adjetivo. Se hace la precisión del caso dado que la ciudadanía de Víctor Larco, al igual que los habitantes de otros distritos de la provincia de Trujillo, se halla dentro de las consideradas áreas urbanas, por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), que en algún momento sufrieron un hecho delictivo, fueron protagonistas u observaron alguna acción inquietante durante el desarrollo normal de su vida.

En ese contexto, recientemente el INEI dio a conocer cifras del último semestre del año (marzo-agosto 2017) referente a algún hecho delictivo que ha sido víctima la población de 15 y más años de edad. Al respecto, se precisó que el 27,3% de la población del área urbana a nivel nacional son víctimas de algún hecho delictivo, asimismo en las ciudades de 20 mil a más habitantes esta cifra alcanza el 30,2%, entre otras cifras. Cabe mencionar que Trujillo está considerada dentro de las ciudades de 20 mil a más habitantes, provincia a la cual pertenece el distrito Víctor Larco, jurisdicción que es materia de la presente investigación.

Sin embargo, los mismos indicadores del INEI especifican que la población encuestada no denuncia el hecho delictivo sufrido, principalmente, porque es una pérdida de tiempo (32,3%), o porque el delito es de poca importancia (21,6%) o desconoce al delincuente (19,7%). Es precisamente estas últimas cifras que ciertamente se reflejan en las constantes llamadas que hacen los ciudadanos a las emisoras radiales para dar cuenta de un hecho delictivo, además de las denuncias públicas mediante los medios escritos y televisivos y, claro está, a través de los medios digitales y redes sociales, como muestra de la desconfianza que tiene el ciudadano sobre las políticas gubernamentales para enfrentar la inseguridad ciudadana y otros problemas, y que a la vez encuentran un respaldo en los medios de comunicación para informarse de lo que sucede en su comunidad.

En ese aspecto, se presume que el consumo de los medios de comunicación es constante en la población del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, dado que pueden hallar herramientas informativas audiovisuales e impresas, y todos los medios de comunicación de masas (en inglés, mass media) como la prensa escrita, radiodifusión, televisión, Internet, multimedia, libros, cine.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Formulación General:

¿Cuáles son los medios de comunicación que consume la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017?

1.2.2. Formulación Específicas:

¿Cuáles son los medios de comunicación audiovisual que consume la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017?

¿Cuáles son los medios de comunicación impresos que consume la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo General:

Identificar qué medios de comunicación consume la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.

1.3.2. Objetivos Específicos:

Identificar qué medios de comunicación audiovisual consume la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.

Identificar qué medios de comunicación impresos consume la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.

Capítulo II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Investigaciones relacionadas con el estudio

Antecedentes Internacionales:

Alorda, F. y colaboradores (2009). En su investigación *La influencia de los medios de comunicación sobre la percepción subjetiva respecto a la inseguridad*; trabajo formulado por alumnos de la Facultad de Trabajo Social de la Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER), en Argentina; desarrollan un estudio realizado en la ciudad de Paraná, utilizando un método de Investigación Cuantitativa y Análisis Estadístico, partiendo de una muestra no probabilística proporcional según sexo, edad y lugar de residencia, enfocado en 245 casos. Entre las conclusiones a las que arriban señalan que la mayoría de los encuestados tienen una percepción negativa sobre los Medios Masivos de Comunicación (MMC), y en segunda instancia, concluyen en considerar que los MMC exageran o agravan el tema de inseguridad. Asimismo, indican que la percepción que domina entre la opinión pública acerca del delito y la inseguridad no solo es consecuencia de la experiencia personal y de la comunicación interpersonal, sino que también se encuentra moldeada por el tratamiento de la problemática. Remarcan que la TV sigue siendo la primera fuente a través de la cual se informan los paranaenses (88,7%), le sigue de lejos la radio (16,3%), en menor medida los diarios (7,4%) y finalmente Internet (7,1%). Los medios nacionales son los más vistos a la hora de informarse; y que el 98,4% de la población mira, escucha o lee noticias con frecuencia, por lo que hay gran interés en la información periodística. Además, concluyen que los MMC contribuyen a la prevención del delito al difundir los hechos y mantener

informada a la sociedad de los posibles riesgos, pero es la cultura del miedo a lo que se arriba.

Klein, G. (2010). En su investigación *El impacto de los medios de comunicación de masas en la percepción de la seguridad pública*, realizada en Chile para optar al grado académico de Magíster en Ciencias Sociales, refiere que el objetivo de su trabajo es caracterizar la percepción de la seguridad pública en América Latina y Chile y estudiar su relación con el consumo de noticias y la confianza en los medios de comunicación. Indica que el estudio tiene alcances en lo teórico, metodológico y práctico; a su vez, indica que llevó a cabo un análisis comparado entre 18 países latinoamericanos a partir de la base de datos de la encuesta Latinobarómetro del año 2007. Entre las conclusiones señala que es justificable asumir que el consumo de noticias representa una variable predictiva respecto a la percepción de la seguridad pública. Asimismo, que el rol de los medios de comunicación de masas es ambiguo, y que sin ellos, la constitución de una sociedad democrática es impensable, ya que son los medios de comunicación los cuales posibilitan la creación de una publicidad y la opinión pública resultante.

Antecedentes Nacionales:

Munguía, P. (2006), en su investigación *Consumo de Medios de Comunicación y la Construcción de la imagen de los Partidos Políticos en jóvenes universitarios*, realizado en Lima-Perú, para optar el título profesional de licenciado en Comunicación Social, señala que el objetivo de su trabajo de investigación es explicar la relación que existe entre el consumo de la información política que brindan los medios de comunicación y la construcción de la imagen pública de los partidos políticos, así como la influencia de esta imagen en la participación ciudadana de los jóvenes universitarios en los partidos políticos. Para llevar a cabo el trabajo de campo, el investigador realizó una encuesta a

430 jóvenes universitarios (262 varones y 168 mujeres), mayores de dieciocho años, de las universidades públicas y privadas más importantes del país. Usó la metodología de nivel correlacional y comprensivo. Entre las conclusiones resalta que los medios de comunicación masiva son la principal fuente de información sobre la política y los partidos políticos para los jóvenes universitarios de Lima; asimismo, indica que los jóvenes universitarios consideran que la información que los medios de comunicación difunden sobre los partidos políticos contiene imágenes asociadas a la corrupción, violencia, sospecha de algo oculto, personificación, desideologización, similitudes en las propuestas, confrontación, extrema concentración en los mismos partidos y en los políticos de siempre, sistema político cerrado a la participación, escándalo, espectacularidad e impunidad, entre otros.

López, N. Lima-Perú (2014). En su investigación *Inseguridad y percepción de inseguridad en Lima, Perú*; señala que debido a que la inseguridad ciudadana es uno de los principales problemas que detecta la población, se escoge Lima porque concentra la mayor parte de delitos contra la propiedad que se registran en el país. La investigación aborda cómo el robo y el hurto, y la percepción de inseguridad (miedo al crimen) han ido variando a nivel distrital en base a las denuncias registradas en los últimos años. Los resultados apuntan a que victimización y percepción de inseguridad son dos fenómenos diferenciados. Recalca, además, lo complicado que resulta aproximarse a estos fenómenos, especialmente si se considera que las fuentes de información con las que se cuenta presentan serias limitaciones. Trabajó con la data que se encontraba disponible a nivel distrital. Los niveles de percepción de inseguridad se obtuvieron de encuestas, las cuales pueden tener limitaciones en términos de cobertura de la muestra y de diseño de sus cuestionarios. Sus resultados demuestran que los niveles de percepción de inseguridad no guardan relación con aquello que se reporta en base a denuncias.

2.2 Bases teóricas

a) Medios de Comunicación:

Avogadro, M. (2002), en su artículo *La comunicación de las nuevas tecnologías* manifiesta que el medio de comunicación es la instancia mediadora entre nosotros y la realidad, ¿pero qué realidad? La que nos rodea o la que generamos para determinada situación. Agrega que la función de los medios de comunicación se constituye en un nuevo modo de ver, de presentar mensajes, formando y sosteniendo modelos sociales instalados o por instalarse.

Boni, F. (2008) aclara en su libro *Teorías de los Medios de Comunicación* que los media serían por tanto los medios en su especificidad por orden de aparición, la prensa, el cine, la radio, la televisión, el ordenador y también los demás medios de comunicación tenidos en menor consideración por los estudios de comunicación, como el teléfono o los videojuegos.

En Concepto.de (2017) se indica que un medio de comunicación es el elemento o el modo utilizado para poder llevar a cabo cualquier tipo de comunicación. En regla general, cuando se mencionan los medios de comunicación se está refiriendo directamente a aquellos medios que son de carácter masivo, es decir, aquellos cuya comunicación se extiende a las masas. Los medios de comunicación son las herramientas a través de las cuales un mensaje tiene la posibilidad de ser transmitido a otra persona o a un grupo más extendido de ellas. (Anexado 29-09-2017)

✓ Tipos de medios de comunicación actuales

- **Periódicos:** Es la máxima representación de los medios escritos y los mismos son publicados de forma periódica, de allí se desprende su nombre. El tipo de periódico

más conocido es el diario, nombre que recibe porque su tirada es diaria, y es de carácter periodístico. En la actualidad, los diarios y periódicos también cuentan con su versión online, es decir, que tienen presencia en internet.

- **Radio:** Es uno de los medios de comunicación con mayor alcance, ya que debido a la transmisión de ondas es capaz de llegar a lugares remotos.
- **Televisión:** La televisión es un artefacto que transmite imágenes a la distancia, como bien puede deducirse del significado griego de su nombre. Se compone de los denominados “programas de televisión”, los cuales pueden tener temáticas muy diferentes entre sí. Es uno de los medios con más alcance y efecto sobre las masas.
- **Redes Sociales:** Compone a todas las formas actuales de comunicación que existen en internet, principalmente Facebook, Twitter e Instagram. (Concepto.de Anexado 29-09-2017).

b) Consumo de Medios:

Piscitelli, A. (2006). Refiere que para la mayoría de la gente el consumo de medios es tan sólo leer, hojear, alguna vez marcar o señalar, y a otra cosa, la mayoría de la gente no quiere opinar, no quiere escribir, no quiere publicar y probablemente tampoco quiera pensar, salvo en casos acotados, y les deja el trabajo a los otros.

c) Información:

Paoli, J. (1989). En su libro *La comunicación*, señala que la información es un conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que le sirvan como guía de su acción. No es lo mismo que comunicación, aunque la supone. En tanto, agrega que la información se define como el acto o proceso de estructuración significativa por el cual se interpreta el mundo y las relaciones de los seres humanos.

d) Inseguridad Ciudadana:

Basombrío, C. (2004), precisa que la inseguridad ciudadana se define como el temor a posibles agresiones, asaltos, secuestros, violaciones, de los cuales podemos ser víctimas. Hoy en día, es una de las principales características de todas las sociedades modernas, y es que vivimos en un mundo en el que la extensión de la violencia se ha desbordado en un clima generalizado de criminalidad.

Portugal, J. (2005), señala que la inseguridad ciudadana surge y se define en la actualidad como un fenómeno y problema social en sociedades que poseen un diverso nivel de desarrollo económico, múltiples rasgos culturales y regímenes políticos de distinto signo, no pudiéndose establecer, por tanto, distinciones simplistas para caracterizar factores asociados a su incremento y formas de expresión.

Brito y colaboradores (2014), en el portal cuestionessociales.wordpress.com, comentan que la inseguridad es un gran problema que se da en diversos países, pero sin irnos muy lejos, podemos ver que en nuestro país la inseguridad ciudadana es un fenómeno que está aumentando las tasas de violencia y delito lo cual se ha convertido en un símbolo de desconfianza entre nosotros, los peruanos.

2.3 Definiciones conceptuales

- **Audiovisual:**

El término audiovisual alude a los distintos dispositivos en los que intervienen de manera conjunta la audición y la visión humana. En ocasiones, se emplea la denominación imagen y sonido para referirse al mundo audiovisual.

Definicionabc.com (Anexado 15-09-2017).

- **Distrito:**

Es cada una de las demarcaciones en que se subdivide un territorio o una población para distribuir y ordenar el ejercicio de los derechos civiles y políticos, o de las funciones públicas, o de los servicios administrativos.

Real Academia Española - RAE (Anexado 11-09-2017),

- **Información:**

El término información se refiere a los mensajes emitidos: voz o música transmitida por teléfono o radio, imágenes transmitidas por sistemas de televisión, información digital en sistemas y redes de computadoras, e incluso a los impulsos nerviosos en organismos vivientes.

Cupimiangel.blogspot.com (Anexado 05-09-2017)

- **Inseguridad:**

La inseguridad puede modificar el comportamiento de las personas, al punto que estas terminen aceptando el temor cotidiano como una actitud de vida, lo que limita sus oportunidades y acciones en múltiples ámbitos, al restringir el ejercicio de libertades y derechos individuales. Entre las restricciones más importantes a la

libertad, se pueden mencionar las de movimiento, del disfrute del patrimonio y de recrearse.

Plan Nacional de Seguridad Ciudadana (2013).

- **Medios impresos:**

Los medios impresos como la industria asociada con la impresión y sobre todo con la distribución de noticias a través de una red de medios de comunicación, como periódicos y revistas. Las personas también se refieren a los medios impresos con el término prensa, el cual es un canal de comunicación que tiene el objetivo de llegar a un gran número de personas. Los medios impresos incluyen todas las formas impresas: periódicos, boletines, folletos, revistas y panfletos, así como libros y otros materiales de lectura.

Ehowenespanol.com (Anexado 15-09-2017)

- **Periodismo**

El periodismo es una actividad profesional que en términos generales consiste en la captación y tratamiento periódico de la información en cualquiera de sus formas y variedades. Como disciplina el periodismo se ubica generalmente dentro las ciencias de la comunicación.

Wikipedia.org (Anexado 12-09-2017).

- **Radiodifusión:**

Transmisión pública de programas sonoros a través de las ondas hercianas. Conjunto de los procedimientos o instalaciones destinados a la radiodifusión. Empresa dedicada a la radiodifusión.

RAE (2017).

- **Radio:**

La radio es un medio de comunicación masivo que permite una interacción entre los encargados de la transmisión y la sociedad, de manera que se puede lograr una dinámica informativa entre los radioescuchas, se requiere de una planeación para que se logre una radiodifusión; esta se define como un conjunto de técnicas de emisión de ondas hertzianas que permiten la transmisión de la palabra y de los sonidos.

Romo (1987).

2.4 Formulación de hipótesis:

2.4.1 Hipótesis General

La población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, consume de modo similar los medios de comunicación audiovisual e impreso.

2.4.2 Hipótesis Específicas

La población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, consume los medios de comunicación audiovisual América TV y RPP radio.

La población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, consume el medio de comunicación impreso Satélite.

Capítulo III
METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

3.1.1. Tipo de Investigación

El trabajo de investigación es de tipo no experimental descriptivo de corte transversal (Polit y Hungler, 2000), porque la intención fue saber cuáles son los medios de comunicación que consume más la población del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.

3.2 Población y muestra

La población estuvo conformada por los ciudadanos del distrito de Víctor Larco, entre los 18 a 60 años.

La muestra es probabilística; al azar, representativa de la población, porque busca generalizar los resultados. Los datos fueron analizados utilizando la estadística descriptiva y métodos, así como técnicas que permitieron alcanzar los objetivos de la investigación.

En las muestras probabilísticas todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis. (Hernández et al. 2010, p.176).

Fórmula para el tamaño de la muestra

$$n = \frac{Z^2 pq N}{e^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

Donde:

N= Tamaño de población = 1548

p= Probabilidad a favor = 0.5

q= Probabilidad en contra = 0.5

e= Error admisible 4.98% = 0,0498

Z= Coeficiente de confianza (constante) = 1,96

n= Tamaño de la muestra

Reemplazando los datos

$$n = \frac{1,96^2(0.5)(0.5)(1548)}{0,0498^2(1548 - 1) + 1,96^2(0.5)(0.5)} n = 309.92$$

El tamaño de la muestra es de: 310 ciudadanos.

3.3 Operacionalización de variables e indicadores

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnicas a emplear

Para la investigación se empleó la encuesta porque queremos recoger las preferencias de la población más convulsionada utilizando dicho instrumento para abordar a la muestra señalada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, referente al consumo de medios de comunicación.

3.4.2. Descripción de instrumentos

Para la encuesta se elaboró un cuestionario de ítems cerrados para conocer las preferencias de la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, referente al consumo de medios de comunicación.

3.5. Técnicas para el procesamiento de la información

Para procesar la información se utilizó el programa Excel, versión 20, el cual nos permitirá tabular los resultados sobre las preferencias de la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, referente al consumo de medios de comunicación.

Capítulo IV

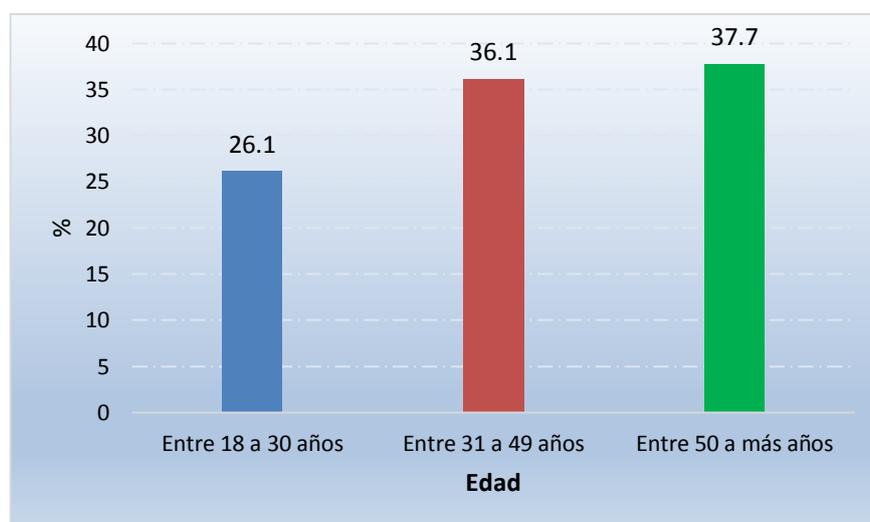
RESULTADOS

TABLA 1: La edad de los pobladores de la zona más convulsionada (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur) del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.

Edad	N°	%
Entre 18 a 30 años	81	26.1
Entre 31 a 49 años	112	36.1
Entre 50 a más años	117	37.7
Total	310	100

Fuente: Elaborado por Gabriel Enrique Durand Julca, encuesta, 2017.

FIGURA 1: La edad de los pobladores de la zona más convulsionada (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur) del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.



Fuente: Elaborado por Gabriel Enrique Durand Julca, encuesta, 2017.

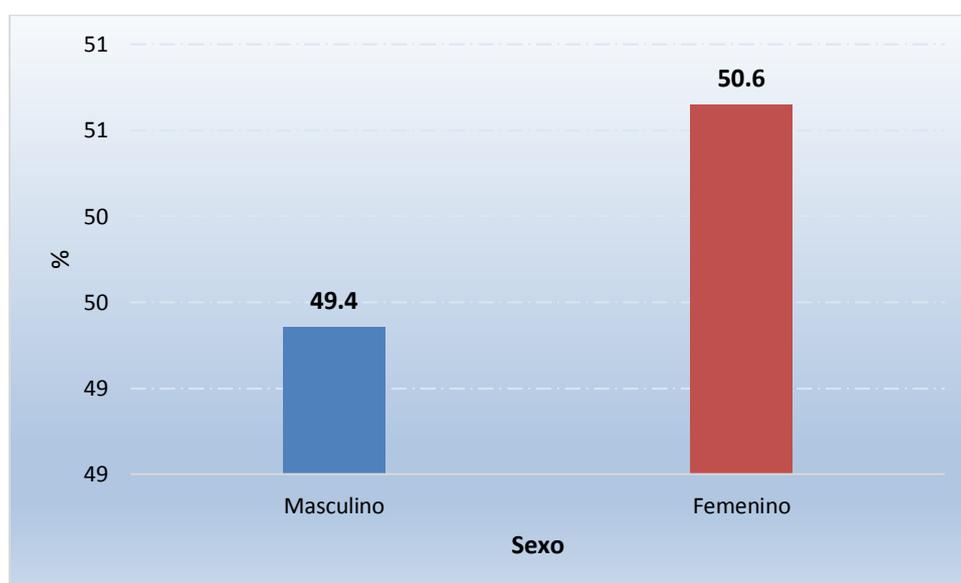
Descripción: En la Tabla 1 se observa que menos de un tercio de los encuestados, el 26.1%, tiene entre 18 a 30 años, mientras que el 36.1% representa a las personas entre 31 a 49 años y de 50 años a más representa al 37.7%.

TABLA 2: La segmentación por sexo de la población más convulsionada (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur) del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.

Sexo	N°	%
Masculino	153	49.4
Femenino	157	50.6
Total	310	100

Fuente: Idem.

FIGURA 2: La segmentación por sexo de la población más convulsionada (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur) del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.



Fuente: Idem.

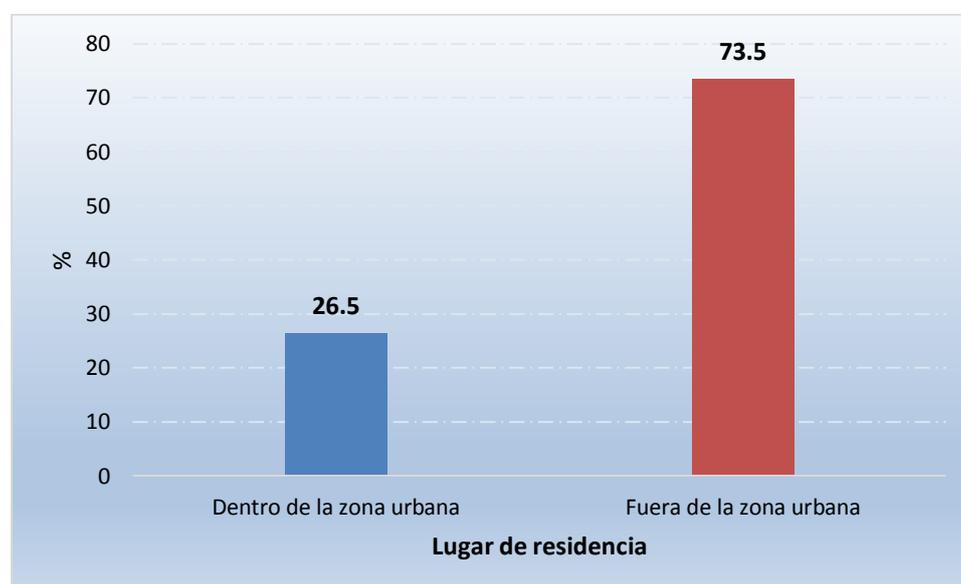
Descripción: De la población encuestada, poco más de la mitad, el 50.6%, es del sexo femenino, mientras que el 49.4% es del sexo masculino.

TABLA 3: Lugar de residencia de la población más convulsionada (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur) del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.

Lugar de residencia	N°	%
Dentro de la zona urbana	82	26.5
Fuera de la zona urbana	228	73.5
Total	310	100

Fuente: Idem.

FIGURA 3: Lugar de residencia de la población más convulsionada (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur) del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.



Fuente: Idem.

Descripción: Poco más de 2/3 de la población encuestada, el 73.5%, vive fuera de la zona urbana, mientras que poco menos de 1/3, el 26.5%, vive dentro de la zona urbana.

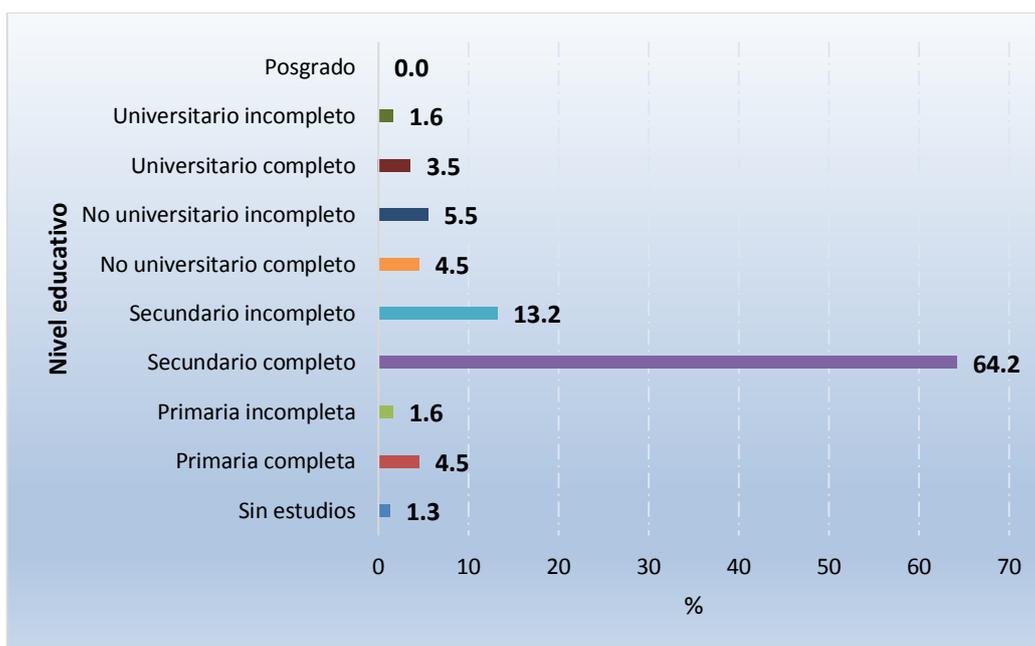
TABLA 4: El nivel educativo de la población más convulsionada (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur) del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.

Nivel educativo	N°	%
-----------------	----	---

Sin estudios	4	1.3
Primaria completa	14	4.5
Primaria incompleta	5	1.6
Secundario completo	199	64.2
Secundario incompleto	41	13.2
No universitario completo	14	4.5
No universitario incompleto	17	5.5
Universitario completo	11	3.5
Universitario incompleto	5	1.6
Posgrado	0	0.0
Total	310	100

Fuente: Idem.

FIGURA 4: El nivel educativo de la población más convulsionada (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur) del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.



Fuente: Idem.

Descripción: De la población encuestada, el 64.2% representa a las personas cuyo grado de instrucción es secundario completo. La población que no culminó sus estudios de secundaria llega al 13.2%, el 5.5% cuenta con un grado de instrucción no universitario incompleto. En tanto, los que muestran una cifra irrelevante son los ítems: Sin estudios

(1.3%), primaria completa (4.5%), primaria incompleta (1.6%), no universitario completo (4.5%), universitario completo (3.5%), universitario incompleto (1.6%) y posgrado (0.0%).

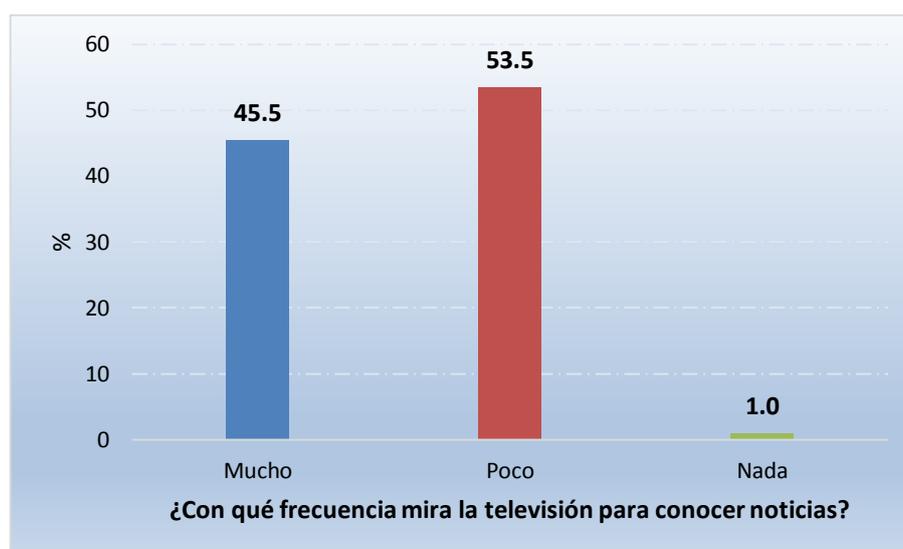
TABLA 5: La frecuencia con que mira televisión para conocer las noticias la población más convulsionada (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur) del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.

¿Con qué frecuencia mira la televisión para conocer noticias?	N°	%
Mucho	141	45.5
Poco	166	53.5

Nada	3	1.0
Total	310	100

Fuente: Idem.

FIGURA 5: La frecuencia con que mira televisión para conocer las noticias la población más convulsionada (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur) del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.



Fuente: Idem.

Descripción: De la población encuestada, poco más de la mitad, 53.5%, mira televisión para conocer noticias, el 45.5% manifiesta mirar la televisión para conocer las noticias y solo el 1.0% de los encuestados indica que para nada mira televisión para conocer las noticias.

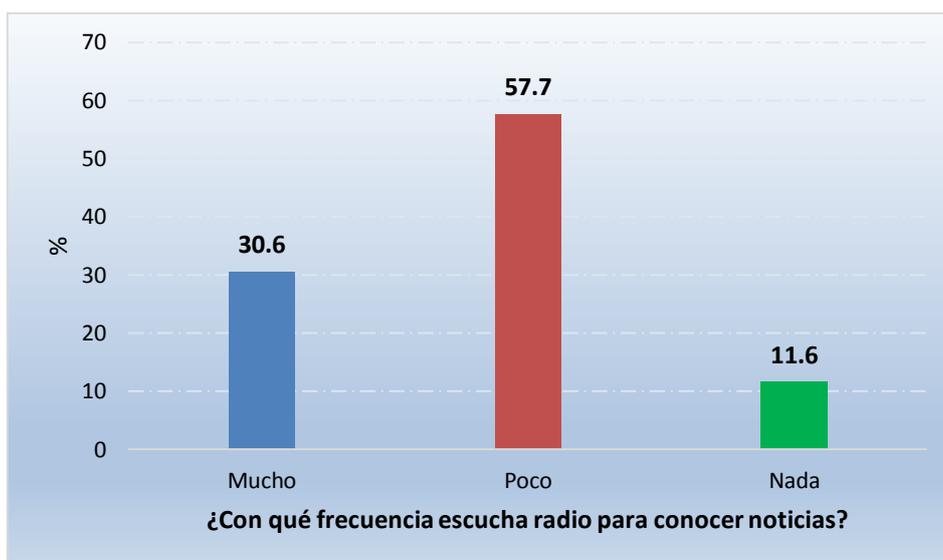
TABLA 6: La frecuencia con que escucha radio para conocer noticias la población más convulsionada (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur) del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.

¿Con qué frecuencia escucha radio para conocer noticias?	N°	%
Mucho	95	30.6
Poco	179	57.7

Nada	36	11.6
Total	310	100

Fuente: Idem.

FIGURA 6: La frecuencia con que escucha radio para conocer noticias la población más convulsionada (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur) del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.



Fuente: Idem.

Descripción: El 57.7% de los encuestados precisó que escucha poco la radio para conocer noticias, el 30.6% indicó que escucha mucho la radio para conocer noticias, mientras que el 11.6% señaló que para nada escucha radio para conocer noticias.

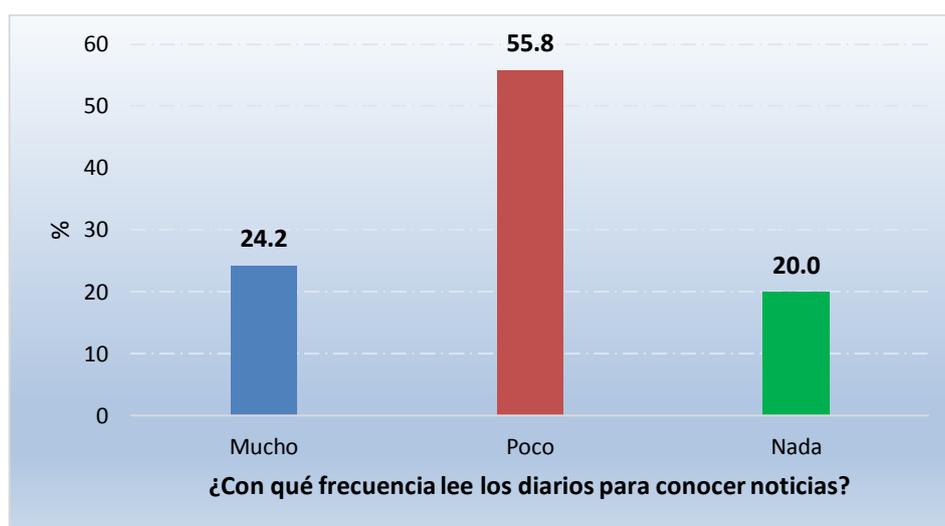
TABLA 7: La frecuencia con que lee los diarios para conocer noticias la población más convulsionada (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur) del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.

¿Con qué frecuencia lee los diarios para conocer noticias?	N°	%
Mucho	75	24.2
Poco	173	55.8

Nada	62	20.0
Total	310	100

Fuente: Idem.

FIGURA 7: La frecuencia con que lee los diarios para conocer noticias la población más convulsionada (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur) del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.



Fuente: Idem.

Descripción: El 55.8% de los encuestados refiere que lee poco los diarios (medios escritos) para conocer noticias, el 24.2% indica que lee mucho los diarios para conocer noticias y el 20% no lee diarios para conocer noticias.

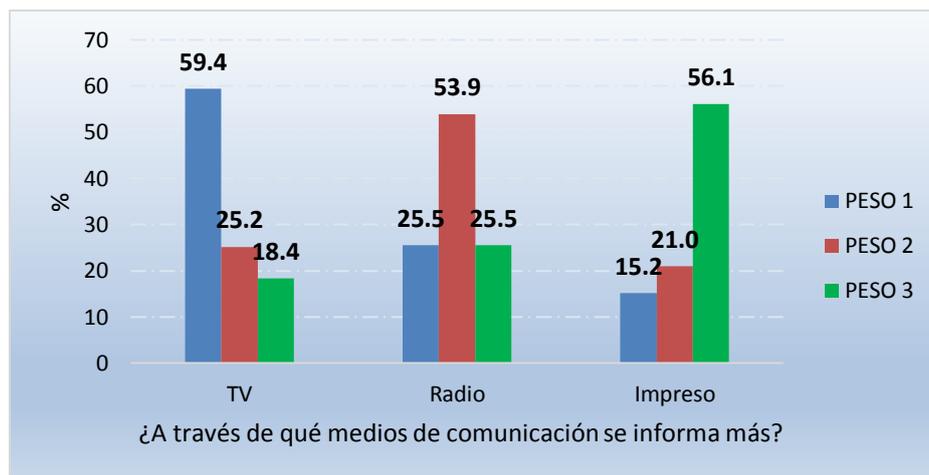
TABLA 8: Los medios de comunicación a través de los cuales se informa más la población más convulsionada (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur) del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.

¿A través de qué medios de comunicación se informa más?	OPCIÓN 1		OPCIÓN 2		OPCIÓN 3	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
TV	184	59.4	78	25.2	57	18.4
Radio	79	25.5	167	53.9	79	25.5
Impreso	47	15.2	65	21.0	174	56.1

Total	310	100	310	100	310	100
--------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

Fuente: Idem.

FIGURA 8: Los medios de comunicación a través de los cuales se informa más la población más convulsionada (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur) del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.



Fuente: Idem.

Descripción: El 59.4% de la población encuestada prefiere informarse más a través de la televisión, a modo de ranking, escogieron como primera opción dicho medio de comunicación. Como segunda opción escogieron a la radio para informarse más, que representa al 53.9% de los encuestados, mientras que como tercera opción escogieron los medios impresos para informarse más, representado en un 56.1%.

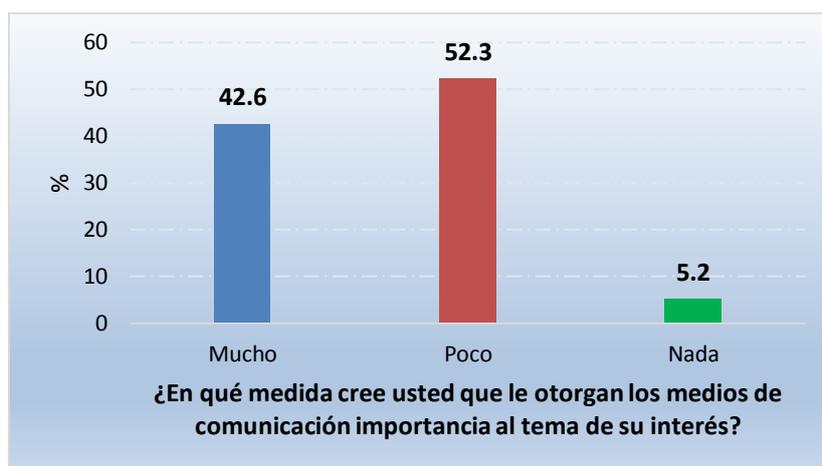
TABLA 9: La importancia que otorgan los medios de comunicación al tema del interés de la población más convulsionada (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur) del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.

¿En qué medida cree usted que le otorgan los medios de comunicación importancia al tema de su interés?	N°	%
Mucho	132	42.6
Poco	162	52.3

Nada	16	5.2
Total	310	100

Fuente: Idem.

FIGURA 9: La importancia que otorgan los medios de comunicación al tema del interés de la población más convulsionada (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur) del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.



Fuente: Idem.

Descripción: Poco más de la mitad de los encuestados, el 52.3%, cree que los medios de comunicación le otorgan poca importancia al tema de su interés, el 42.6% considera que los medios de comunicación sí dan mucha importancia al tema que les interesa, mientras que solo el 5.2% precisa que no le dan interés los medios de comunicación al tema de su interés.

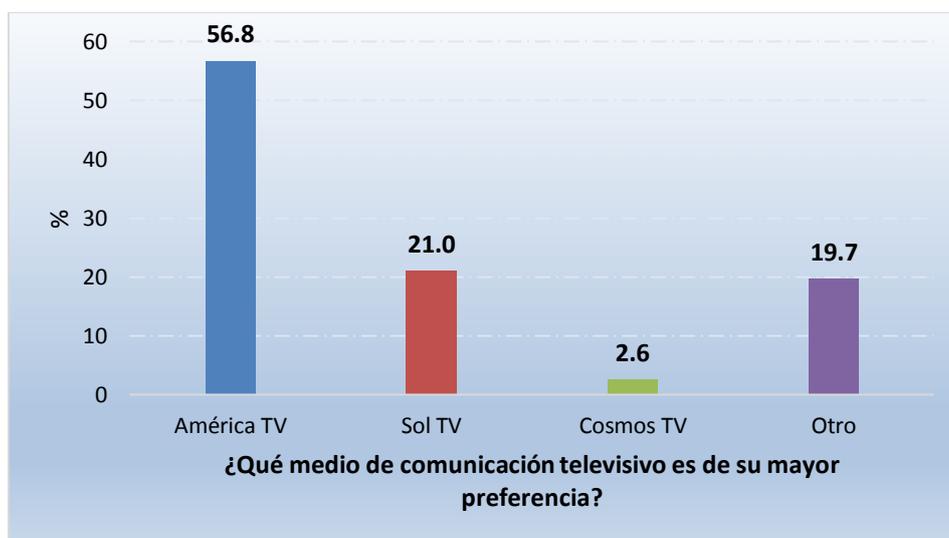
TABLA 10: El medio de comunicación televisivo de mayor preferencia de la población más convulsionada (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur) del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.

¿Qué medio de comunicación televisivo es de su mayor preferencia?	Nº	%
América TV	176	56.8
Sol TV	65	21.0

Cosmos TV	8	2.6
Otro	61	19.7
Total	310	100

Fuente: Idem.

FIGURA 10: El medio de comunicación televisivo de mayor preferencia de la población más convulsionada (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur) del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.



Fuente: Idem.

Descripción: América TV, con el 56.8%, es el medio de comunicación televisivo de mayor preferencia entre los encuestados, Sol TV, con un 21%, ocupa el segundo lugar entre las preferencias de la población encuestada referente al medio de comunicación televisivo, Cosmos TV solo representa al 2.6% de la población que prefiere dicho medio de comunicación, mientras que el 19.7 de los encuestados consideró que son otros los medios de comunicación televisivo que prefieren más.

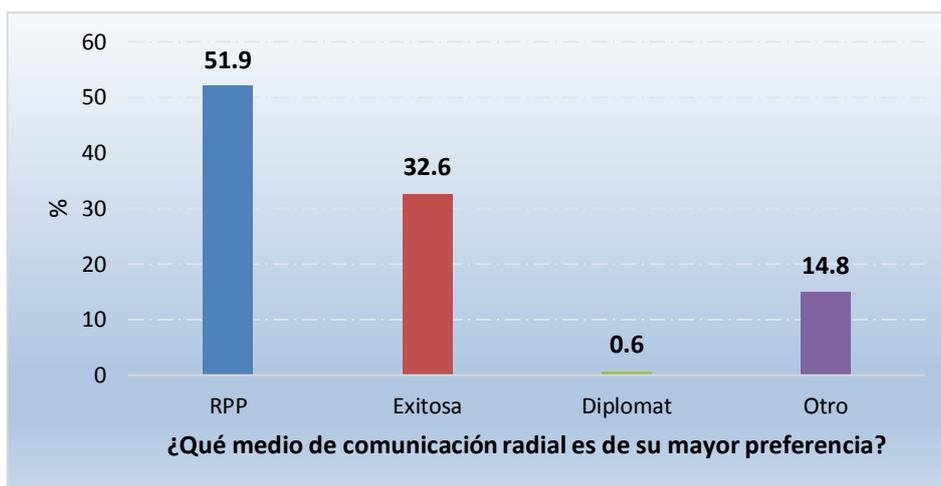
TABLA 11: El medio de comunicación radial de mayor preferencia de la población más convulsionada (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur) del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.

¿Qué medio de comunicación radial es de su mayor preferencia?	N°	%
RPP	161	51.9
Exitosa	101	32.6
Diplomat	2	0.6
Otro	46	14.8

Total	310	100
--------------	------------	------------

Fuente: Idem.

FIGURA 11: El medio de comunicación radial de mayor preferencia de la población más convulsionada (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur) del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.



Fuente: Idem.

Descripción: Con el 51.9% RPP es el medio radial de mayor preferencia entre los encuestados, en segundo término de preferencia está Exitosa, con 32.6%, como medio radial de mayor preferencia entre los encuestados; el 14.8% de la población encuestada escogió otras radios de su mayor preferencia, mientras que Diplomat solo obtuvo el 0.6% de las preferencias.

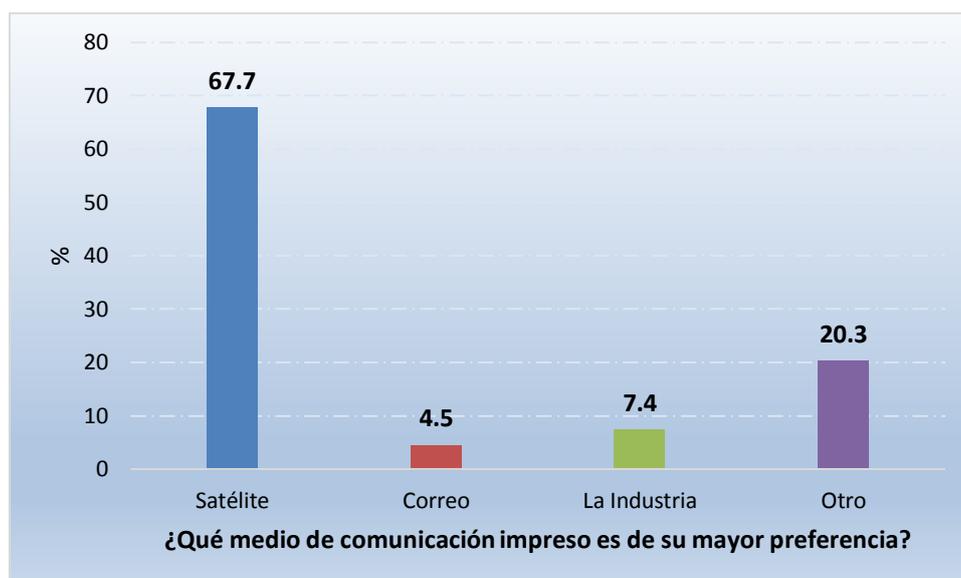
TABLA 12: El medio de comunicación impreso de mayor preferencia de la población más convulsionada (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur) del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.

¿Qué medio de comunicación impreso es de su mayor preferencia?	Nº	%
Satélite	210	67.7
Correo	14	4.5
La Industria	23	7.4

Otro	63	20.3
Total	310	100

Fuente: Idem.

FIGURA 12: El medio de comunicación impreso de mayor preferencia de la población más convulsionada (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur) del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.



Fuente: Idem.

Descripción: Poco más de 2/3 de la población encuestada, 67.7%, prefiere el medio impreso Satélite como medio de comunicación impreso, con solo 7.4% La Industria es el medio de comunicación que prefiere más la población encuestada, mientras que Correo representa un porcentaje irrelevante, con 4.5%, de la población que prefiere dicho medio de comunicación impreso. El 20.3% de los encuestados optó por otros medios de comunicación impreso entre sus preferidos.

Capítulo V

DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Discusión:

A partir de los resultados obtenidos, aceptamos la hipótesis general que establece que la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, consumen casi por igual los medios de comunicación; ello, respecto a las

preguntas señaladas en los puntos 5, 6 y 7 de la encuesta realizada, dado que en esta se obtiene que hay similitud en los resultados referente a que con muy poca frecuencia miran televisión (53.5%), escuchan radio (57.7) y leen diarios (55.8) (medios impresos) para conocer las noticias.

Asimismo, referente a la primera hipótesis específica planteada, que indica que la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, prefiere consumir los medios de comunicación audiovisual América TV y RPP radio, también se cumple, dado que es la televisión y la radio los medios de comunicación que en primer término está dentro de sus preferencias para informarse más sobre las noticias, dicha referencia está explicada en la pregunta 8 de la encuesta.

Estos resultados guardan cierta relación con lo que sostienen Alorda, F. y colaboradores (2009), en su investigación *La influencia de los medios de comunicación sobre la percepción subjetiva respecto a la inseguridad*; quienes refieren que la televisión sigue siendo la primera fuente a través de la cual se informan los paranaenses (88,7%).

Pero en lo que no concuerda el estudio de los autores señalados con el presente trabajo es que la población de su estudio mira, escucha o lee noticias con mucha frecuencia.

Con relación a la importancia que otorgan los medios de comunicación al tema de interés de la población encuestada, esta refiere que es muy poca.

Esta aseveración guarda relación con lo especificado por Alorda, F. y colaboradores (2009), en su investigación *La influencia de los medios de comunicación sobre la percepción subjetiva respecto a la inseguridad*; quienes

indican que la mayoría de los encuestados tienen una percepción negativa sobre los Medios Masivos de Comunicación (MMC).

En tanto, Klein, G. (2010), en su investigación *El impacto de los medios de comunicación de masas en la percepción de la seguridad pública*, indica que el rol de los medios de comunicación de masas es ambiguo, ello, referente al consumo de noticias y la confianza en los medios de comunicación, conclusión que también guarda similitud con la obtenida por el presente trabajo de investigación.

Referente a una de los resultados de mayor porcentaje obtenido, en este caso, al ítem 12 de la encuesta que buscó conocer cuál es el medio de comunicación impreso de mayor preferencia en la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, escogieron el periódico Satélite (67.7%), medio que en gran parte de su edición diaria dedica noticias sobre criminalidad e inseguridad ciudadana (ver anexos). Este aspecto podría tener cierta relación con lo indicado por Munguía, P. (2006), en su investigación *Consumo de Medios de Comunicación y la Construcción de la imagen de los Partidos Políticos en jóvenes universitarios*, quien entre sus conclusiones resalta que los medios de comunicación masiva difunden sobre los partidos políticos imágenes asociadas a la corrupción, violencia, sospecha de algo oculto, entre otros. En ese contexto, vale precisar que de acuerdo a una última encuesta realizada, entre noviembre 2016 y abril 2017, por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), el 48% de los peruanos encuestados consideró que es la corrupción el principal problema del país, mientras que el 44.5% de los encuestados precisó que es la delincuencia e inseguridad ciudadana el otro factor social más preocupante del Perú.

5.2 Conclusiones

- La población encuestada, como primera opción para informarse de diversas noticias, prefiere América TV (56,8) sobre otros medios televisivos. En tanto, RRP, con 51.9%, es el medio de mayor preferencia sobre otras emisoras radiales. Se puede concluir que ambos medios de comunicación audiovisual lideran la

- preferencia de la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, porque además de contar con programas cuyos contenidos aborda temas de coyuntura local, también se respaldan en programas noticiosos de cobertura nacional.
- De la población encuestada, ante la pregunta sobre qué medio de comunicación impreso es de su mayor preferencia, mayoritariamente eligió al periódico Satélite, con el 67.7%, sobre otros medios. Cabe precisar que Satélite es un vespertino que en gran porcentaje de sus páginas dedica temas a la criminalidad y la inseguridad ciudadana, situación que podría explicar que la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, guarda mucha identificación con este tipo de problema social.
 - Cabe resaltar que la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, consume de modo similar los medios de comunicación audiovisual e impreso; ello queda reflejado en las preguntas 5, 6 y 7 de la encuesta realizada, ya que de estas se obtiene que hay aproximación en los resultados referente a que con muy poca frecuencia miran televisión (53.5%), escuchan radio (57.7) y leen diarios (55.8) (impresos) para conocer las noticias. Esta hipótesis se refuerza con el resultado de la pregunta N° 9, mediante la cual se buscó conocer en qué medida le otorgan los medios de comunicación importancia al tema de su interés, en ese contexto, los encuestados señalaron, con 52,3%, que dichos medios le dan poca importancia al tema que más le interesa. De este modo, se puede concluir que al ser una población convulsionada los temas de su interés deberían estar enmarcados en dar a conocer sus necesidades cotidianas.

5.3 Recomendaciones

- Si bien América TV y RPP radio son los medios de comunicación audiovisual de mayor preferencia entre la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, se recomienda que puedan seguir en esa línea de brindar noticias de cobertura local y nacional, pero también sería conveniente dar mayor énfasis a los temas domésticos y de interés de dicha población encuestada,

dado que en una de las preguntas relacionadas a si dichos medios de comunicación dan importancia al tema de su interés, la población encuestada respondió que es muy poca.

- Debido a que el periódico Satélite es de gran aceptación entre la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, se recomienda que dicho medio de comunicación impreso no solo se limite a informar -principalmente- sobre hechos de criminalidad que a diario se producen en la provincia de Trujillo, sino que estas también vayan acompañadas de recomendaciones para los órganos competentes que deberían estar comprometidos con el apoyo a los sectores convulsionados del distrito de Víctor Larco.
- Se podría recomendar a los encargados de los medios de comunicación, tanto televisiva, radial e impresa, que informen más sobre los temas de mayor interés para la población más convulsionada (Buenos Aires Norte y Buenos Aires Sur) del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo; por ejemplo, difundir más sobre la problemática que afrontan como la falta de oportunidades en lo laboral y académico, la inclusión social, mayor seguridad para la zona donde viven, pobreza. Además, debido a que sus moradores viven a pocos metros del mar y sufren los efectos de la erosión costera, es por ello que necesitan mayor difusión de los problemas que los agobian.
- Es sabido que los medios de comunicación suelen ser los mejores aliados de la población, referente a que a través del periodista se puede conocer muy de cerca las necesidades de la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo; de ese modo, existiría una gran probabilidad de que dichas

necesidades, citadas líneas arriba, se hagan notorias ante el gobierno local de turno para su atención inmediata.

- Se recomienda a las universidades y/o instituciones académicas fortalecer en las carreras de Ciencias de Comunicación o Periodismo las cualidades humanas y morales que debería tener todo estudiante o agente de comunicación, ya que eso abonaría a la formación de personas más sensibles con la necesidad ajena con el fin de ser un nexo para la solución de sus habituales problemas.
- Para futuras investigaciones se recomienda enfocar un trabajo relacionado a conocer de manera más específica la relación entre los ciudadanos y los medios de comunicación como puente para la solución paulatina e integral de los problemas sociales de la ciudadanía.

Capítulo VI

RECURSOS Y CRONOGRAMAS

6.1 Recursos:

6.1.1. Humanos:

Investigador: Gabriel Enrique Durand Julca

6.1.2. Económicos:

Será autofinanciado (S/ 3,315)

6.1.3. Físicos:

Material de escritorio

- Papel bond tamaño A-4 80 Grs.; 1 millar
- Lapiceros 034 Medium Faber Castell; 10 unidades
- Lápices Mongol 482; 24 unidades
- Corrector Faber Castell, 10 unidades
- Resaltadores Faber Castell, 06 unidades
- Libreta de apuntes Atlas, 12 unidades
- Cola sintética Faber Castell; 03 pomos
- Cinta masking, Faber Castell; 06 unidades
- Pilas triple A, Duracel; 02 unidades
- Tablillas de madera; 20 unidades

Material de Impresión:

- PC Pentium IV.
- Tinta de negro y color.
- Impresora HP F380
- CDs
- Memoria USB

Servicios:

- Pasajes

- Típeo e impresión
- Fotocopias
- Anillados
- Internet
- Servicios del estadístico
- Encuadernados

Locales:

- Biblioteca de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Trujillo.
- Biblioteca de Postgrado de la Universidad Nacional de Trujillo.

6.2. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

N°	ACTIVIDADES	FECHAS	N° SEMANAS
1	Curso de Metodología de la Investigación	Del 19 de agosto al 16 de setiembre	5 semanas
2	Solicitud de designación de asesor	14 de setiembre	
3	Entrega de declaración jurada	16 de setiembre	
4	Desarrollo del plan y asesoramiento	Del 23 de setiembre al 8 de octubre	4 semanas

5	Solicitud de certificado de negatividad	25 de setiembre	
6	Solicitud de designación de jurado		
7	Presentación del plan de tesis	2 de octubre	
8	Revisión y aprobación del plan por jurados	8 de octubre	
9	Desarrollo del borrador y asesoramiento	Del 21 de octubre al 19 de noviembre	7 semanas
10	Presentación del borrador de la tesis	19 de noviembre	
11	Revisión y aprobación del borrador por jurados	Del 25 de noviembre al 1 de diciembre	
12	Supervisión de asesores	2 y 3 de diciembre	
13	Presentación de fecha de sustentación	7 de diciembre	
		TOTAL	16 semanas
14	Fecha de sustentación de tesis	15 de diciembre	

6.3. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

DETALLE	DENOMINACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
	Viáticos y asignaciones	20 pasajes internos	4.00	80.00
		10 pasajes externos	50.00	500.00

Subtotal				880.00
	Bienes de consumo	<ul style="list-style-type: none"> • 1 millar de papel bond • 02 unidades de lapiceros • 02 correctores • 02 resaltadores • 12 folders Manila • 01 frasco de tinta de impresora 	<p>23.50</p> <p>3.80</p> <p>0.50</p> <p>25.00</p>	<p>23.50</p> <p>22.80</p> <p>6.00</p> <p>25.00</p>
Subtotal				77.30
	Tarifas de Servicio general: búsqueda en Internet	120 horas	1.00	120.00
	Uso de computadora	750 horas	1.00	750.00
Subtotal				870.00
	Otros servicios de terceros	<ul style="list-style-type: none"> • 6 Anillados • 1057 fotocopias • 1057 Impresiones • 04 empastados • Estadístico 	<p>4.50</p> <p>0.10</p> <p>0.10</p> <p>225.00</p> <p>350.00</p>	<p>27.00</p> <p>105.70</p> <p>105.70</p> <p>900.00</p> <p>350.00</p>
Subtotal				1,488.4
TOTAL				3,315.70

Capítulo VII

FUENTES DE INFORMACIÓN

7.1 Fuentes bibliográficas

Tesis y libros en versión electrónica

Alorda, Flavia y colaboradores (2009). *La influencia de los medios de comunicación sobre la percepción subjetiva respecto a la inseguridad*. Tesis de pregrado.

Recuperado de:

http://www.fts.uner.edu.ar/catedras03/metinvest_tecn_cuanti/invest_catedra/Investigacion_2009.pdf

Boni, Federico (2008). *Teorías de los Medios de Comunicación*. Recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?id=IkLP2rnZzQMC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Klein, Gerrit (2010). *El impacto de los medios de comunicación de masas en la percepción de la seguridad pública*. Tesis de posgrado. Recuperado de:

<http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/105817>

López, Noam (2014). *Inseguridad y Percepción de Inseguridad en Lima, Perú*.

Recuperado de:

<http://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/39964/Cuadernos%20de%20investigaci%C3%B3n%2010.pdf?sequence=6>

Munguía, Paúl (2006). *Consumo de medios de comunicación y la construcción de la imagen de los partidos políticos en jóvenes universitarios*. Tesis recuperada de:

http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/1290/1/Munguia_bp.pdf

Paoli, José (1997). *La comunicación*. Edicol (Sociológica Conceptos), México.

Recuperado de:

http://www.conevyt.org.mx/bachillerato/material_bachilleres/cb6/5sempdf/tac1pdf/tac1_fasc1.pdf

Paoli, José (1997). *El Diseño de Información*. Recuperado de:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldf/jimenez_r_mc/capitulo1.pdf

7.2 Fuentes hemerográficas

Avogadro, María (2002). *La comunicación de las nuevas tecnologías*. Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2002/noviembre.html>

Basombrío, Carlos (2004). “Linchamientos o soluciones”. En *Ideele*, N°176, pag. 51-54. Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/260536133/Definicion-y-Causas-de-La-Inseguridad-Ciudadana-en-El-Peru>

7.3 Fuentes electrónicas

Brito, Claudia y colaboradores (2014). *Inseguridad en Lima Metropolitana*. Recuperado de: <https://cuestionessociales.wordpress.com/2014/11/15/delincuencia-en-lima-metropolitana/>

Conasec (2013). *Plan Nacional de Seguridad Ciudadana 2013-2018*.

<http://www.pcm.gob.pe/seguridadciudadana/wp-content/uploads/2013/08/Seccion-PLAN-Plan-2013-2018.pdf>

Concepto.de (Anexado 29-09-2017). *Medios de Comunicación*. Recuperado de:

<http://concepto.de/que-son-y-cuales-son-los-medios-de-comunicacion/>

Ehowenespanol.com (Anexado 15-09-2017). *Medios impresos*.

http://www.ehowenespanol.com/son-medios-impresos-sobre_443431/

Faus, Ángel (2005). Anexado 21-09-2017 y recuperado de:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Radio_\(medio_de_comunicaci%C3%B3n\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Radio_(medio_de_comunicaci%C3%B3n))

Información y Comunicación no Verbal. Recuperado de:

<http://cupimiangel.blogspot.com/2009/08/modelos-de-comunicacion.html>

Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI (2017). *Estadísticas de Seguridad Ciudadana*. Anexado 5-10-2017 de:

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/05-informe-tecnico-n05_estadisticas-seguridad-ciudadana-mar-ago2017.pdf

Piscitelli, Alejandro (2006). *“Consumo de medios”*. Recuperado de:

<http://www.mediosyenteros.org.ar/home/?p=199>

Portugal, José (2005). *Inseguridad Ciudadana*. Anexado de:
<http://www.mailxmail.com/curso-seguridad-inseguridad-ciudadana/inseguridad-ciudadana>

Real Academia Española - RAE. (Anexado 23-10-2017). *Radiodifusión*.
<http://dle.rae.es/?id=V1exuDP>

Romo, Gil (1987). *La Radio: Conceptos y Funciones*. Recuperado de:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/pacheco_p_fl/capitulo2.pdf

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS
<p>Los medios de comunicación de mayor consumo en la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017</p>	<p>GENERAL</p> <p>¿Cuáles son los medios de comunicación que consume la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017?</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <p>¿Cuáles son los medios de comunicación audiovisual que consume la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017?</p> <p>¿Cuáles son los medios de comunicación impresa que consume la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017?</p>	<p>GENERAL</p> <p>Identificar qué medios de comunicación consume la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <p>Identificar qué medios de comunicación audiovisual consume la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.</p> <p>Identificar qué medios de comunicación impresa consume la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017.</p>	<p>GENERAL</p> <p>La población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, consume de modo similar los medios de comunicación audiovisual e impreso.</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <p>La población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, consume los medios de comunicación audiovisual América TV y RPP radio.</p> <p>La población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, consume el medio de comunicación impreso Satélite.</p>



Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación

Nº de encuesta:

ENCUESTA

La presente encuesta tiene la finalidad de conocer cuáles son los medios de comunicación de su preferencia. Le agradecemos responder con la verdad y marcar solo una alternativa.

I. BLOQUE SOCIO-DEMOGRÁFICO

1) Edad:

- a) Entre 18 a 30 años
- b) Entre 31 a 49 años
- c) Entre 50 a más años

2) Sexo:

- a) Masculino
- b) Femenino

3) Lugar de residencia:

- a) Dentro de la zona urbana
- b) Fuera de la zona urbana

4) Nivel educativo:

- | | | | |
|--------------------------------|--------------------------|--------------------------------------|--------------------------|
| a) Sin estudios ----- | <input type="checkbox"/> | f) No universitario completo ----- | <input type="checkbox"/> |
| b) Primaria completa ----- | <input type="checkbox"/> | g) No universitario incompleto ----- | <input type="checkbox"/> |
| c) Primaria incompleta ----- | <input type="checkbox"/> | h) Universitario completo ----- | <input type="checkbox"/> |
| d) Secundario completo ----- | <input type="checkbox"/> | i) Universitario incompleto ----- | <input type="checkbox"/> |
| e) Secundario incompleto ----- | <input type="checkbox"/> | j) Posgrado ----- | <input type="checkbox"/> |

II. BLOQUE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

5) Identifique, ¿con qué frecuencia mira la televisión para conocer noticias?

- a) Mucho b) Poco c) Nada

6) Identifique, ¿con qué frecuencia escucha radio para conocer noticias?

- a) Mucho b) Poco c) Nada

7) Identifique, ¿con qué frecuencia lee los diarios para conocer noticias?

- a) Mucho b) Poco c) Nada

8) ¿A través de qué medios de comunicación se informa más sobre diversos temas: inseguridad ciudadana, política, casos sociales y otros? A modo de ranking coloque en las casillas el número 1, 2 y 3 según la frecuencia con que se informa (1 es mayor frecuencia y 3 menor frecuencia).

- a) TV b) Radio c) Impreso

9) ¿En qué medida cree usted que le otorgan los medios de comunicación importancia al tema de su interés?

- a) Mucho b) Poco c) Nada

10) ¿Qué medio de comunicación televisivo es de su mayor preferencia?

- a) América TV b) Sol TV c) Cosmos TV d) Otro
- Especifique* _____

11) ¿Qué medio de comunicación radial es de su mayor preferencia?

- a) RPP b) Exitosa c) Diplomata d) Otro
- Especifique* _____

12) ¿Qué medio de comunicación impreso es de su mayor preferencia?

- a) Satélite b) Correo c) La Industria d) Otro
Especifique _____

