

**UNIVERSIDAD NACIONAL
“HERMILIO VALDIZAN”**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL**



***“EFECTIVIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA
PARTICIPACIÓN SOCIAL (MOVIMIENTOS CIUDADANOS) “CON MIS
HIJOS NO TE METAS” EN LOS GRUPOS JUVENILES DE LA IGLESIA
CATÓLICA DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO PERIODO 2017”.***

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TESISTAS : FRESIA MAYBE TRUJILLO ALMONACID
OSCAR ARTURO REYES CRISPIN
SHELSI ESTRELLITA CELESTE COTRINA ESCOBAL**

ASESOR:

**Mg. JHONEL NABOR ROSALES CORDOVA
HUÁNUCO – PERÚ**

2019

DEDICATORIA

En primer lugar, a Dios misericordioso, por darme la fortaleza en cada uno de mis planes para poder lograrlo.

A nuestro asesor por la dedicada orientación y paciencia en cada etapa de nuestra tesis.

A nuestros padres, les dedicamos todo nuestro esfuerzo y trabajo puesto para la concretización de nuestra profesión.

Los Autores.

RESUMEN

El desarrollo de la presente tiene como objetivo la identificación de la influencia de los medios de comunicación en la ciudadana en la participación social, en este caso en el movimiento social “*Con mis hijos no te metas*” contra el adoctrinamiento en las aulas y en defensa del derecho de los padres a elegir la educación que quieren para sus hijos. Entonces este movimiento tiene el respaldo de las diversas congregaciones religiosas tanto católicas como evangélicas con el propósito de la defensa de la familia, incluyendo el compromiso en la defensa de la dignidad de la vida humana, la dignidad de la familia y la libertad religiosa. La iniciativa ha surgido después de que políticos y asociaciones denunciaron que el nuevo Currículo Nacional de la Educación Básica que se aplicará en Perú a partir de 2017 introducirá la ideología de género en los centros educativos de todo el país. Es allí donde los medios de comunicación de diversos tipos han servido de entes facilitadores y de masificación en difusión y reclutamiento en diversas zonas del país. Nuestros objetivos son claros y simples, buscamos erradicar la Ideología de Género de toda política estatal a nivel nacional, regional y mundial. Somos conscientes que esta ardua tarea no será sencilla ni tampoco fácil, pero estamos confiados que inevitablemente la verdad vencerá sobre la mentira y por lo tanto consideramos que todo costo vale la pena. En ese sentido los movimientos juveniles de la iglesia católica de la ciudad de Huánuco se sumaron a dicho movimiento, pero, cual ha sido que diversos grupos juveniles de diversas iglesias se unificarán en un solo grupo homogéneo, y cual habrá sido el rol que desempeño los medios de

comunicación y cuál de estos ha tenido el mayor impacto en la población y en especial a los grupos.

***Palabras claves:** Ideología, participación ciudadana, medios de comunicación, grupo juvenil, Currículo Nacional.*

SUMMARY

The development of the present aims to identify the influence of the media on the citizen in social participation, in this case in the social movement "With my children do not get in" against indoctrination in the classroom and in defense of the right of parents to choose the education they want for their children. Then this movement has the support of various religious congregations both Catholic and evangelical for the purpose of the defense of the family, including commitment in the defense of the dignity of human life, the dignity of the family and religious freedom. The initiative has arisen after politicians and associations denounced that the new National Curriculum of Basic Education that will be applied in Peru from 2017 will introduce the ideology of gender in educational centers throughout the country. It is there where the media of various types have served as facilitators and mass media in dissemination and recruitment in various areas of the country. Our objectives are clear and simple, we seek to eradicate the Gender Ideology of all state policies at the national, regional and global levels. We are aware that this arduous task will not be easy or easy, but we are confident that the truth will inevitably overcome the lie and therefore we consider that all costs are worthwhile. In this sense, the youth movements of the Catholic Church of the city of Huánuco joined that movement, but, what has been that diverse youth groups of different churches will be unified in a single homogeneous group, and what role the media and which of these has had the greatest impact on the population and especially on the groups.

Keywords: Ideology, citizen participation, media, youth group, National Curriculum.

ÍNDICE

DEDICATORIA	2
RESUMEN.....	3
SUMMARY	5
ÍNDICE	6
INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO I.....	14
MARCO TEÓRICO.....	14
1.2. Bases teóricos.....	26
1.3. Definición de términos básicos.....	29
Medios audiovisuales	29
Medios radiofónicos.....	30
Medios impresos	30
Medios digitales	31
La Participación Ciudadana.....	31
1.4. Hipótesis	33
1.5. Variables	34
1.6. Objetivos	35
1.7. Población y Muestra.....	35

Selección de la Muestra.....	36
CAPÍTULO II	37
MARCO METODOLÓGICO	37
2.1. Tipo de investigación.....	37
2.2. Diseño de la Investigación	37
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	39
Técnicas de campo.	39
2.4.1. Procesamiento y presentación de datos.	40
CAPÍTULO III	42
DISCUSIÓN Y RESULTADOS	42
CONCLUSIONES	76
SUGERENCIAS	78
BIBLIOGRAFÍA	79
ANEXOS	83

INTRODUCCIÓN

Durante décadas en el mundo se ha visto que muchas sociedades han surgido diversos movimientos ciudadanos con la finalidad de generar conciencia en sus habitantes , otros defender sus derechos y oportunidades entre ambos sexos, como es el caso de la inclusión de las mujeres al estudio , en otro momentos la inclusión de hombres y mujeres de color (raza negra) a la educación superior lo que se dio en Estados Unidos y luego se masificó a toda Latinoamérica, donde todos estos hechos se dieron a conocer mediante el empleo de los medios de comunicación en un primer momento se empleó la prensa escrita, luego la radio y la televisión , fueron los medios que se emplearon hasta la década de los años 90 e inicios del año 2000.

Dominique Wolton (2006) comentaba que la comunicación es algo tan cotidiano y natural para todos que, a priori, parece que no hay nada que decir sobre ella. En efecto la comunicación está inmersa en toda relación social y en los procesos del desarrollo, y desde ahí los comunicadores sostenemos que puede aportar al cambio y transformación social. Pero para eso hay que visibilizar su función, sus alcances y límites, razón por la cual esta investigación pone especial énfasis en identificar el rol

o función de la comunicación en los procesos participativos que son de vital importancia para el ejercicio, fortalecimiento y construcción de la ciudadanía.

Es entonces que de acuerdo con las ideas de Wolton y la aparición de la internet y su masificación en todo el mundo (donde el Perú no es ajeno), a ello se suma la tecnología de los Smartphone y las múltiples redes sociales , y se ha visto como los medios de comunicación en sus diversas esferas: prensa escrita, radio, televisión, internet y redes sociales, juegan un papel importante en la difusión de campañas políticas, campañas deportivas y como este caso la campaña del movimiento ciudadano “Con mis Hijos No Te Metas”, el cual se hizo tendencia en diversos medios de la comunicación.

Así el autor Sinesio López en su libro “Ciudadanos reales e imaginarios: concepciones, desarrollo y mapas de la ciudadanía en el Perú” de 1997, define al ciudadano como una persona con derechos civiles, políticos y sociales que son garantizados por el Estado, y que pertenece a una comunidad política con la cual tiene responsabilidades. En esta noción de ciudadanía, el ciudadano en su participación activa hace manifiesto que es el titular legítimo del poder político, a través de la participación en la toma de decisiones que afectan a la comunidad (López 1997).

En nuestro país se retoma la participación ciudadana con gran auge durante el gobierno transitorio de Valentín Paniagua, con él la participación se entendió como una política destinada a mejorar la calidad de la democracia y restablecer la

confianza entre los ciudadanos y las autoridades. De esta manera se establecieron el Acuerdo Nacional (AN), los Consejos de Coordinación Local (CCL), la Mesa de Concertación Para la Lucha Contra la Pobreza (MCPLP) y otras instancias de participación. Luego, en el gobierno del presidente Alejandro Toledo se aprobó la nueva Ley Orgánica de Municipalidades (Ley 27972) que institucionalizaba tres espacios de participación a nivel local: el Concejo de Coordinación Local Distrital, el Concejo Municipal y las juntas vecinales (Panfichi 2007).

En dicho escenario surge la campaña del movimiento ciudadano “Con Mis Hijos No Te Metas – CMHNTM”, el cual fue lanzada en un evento en Lima el 29 de noviembre del 2017, y contó con la presencia de más de 4.000 asistentes entre autoridades católicas, evangélicas, alcaldes, jueces, fiscales y congresistas, según se señala en la página oficial de Facebook “Con mis hijos no te metas PERÚ”.; De este fenómeno se da a consecuencia de que en Perú se moviliza para reivindicar que no se adoctrine a los niños en los colegios a través de la introducción en las aulas de los postulados de la ideología de género.

Este movimiento entonces se centró principalmente a “Que no se adoctrine en los postulados de la ideología de género a los niños en los colegios”. Esa es la reivindicación que ha llevado a crear en Perú la campaña “*Con mis hijos no te metas*” contra el adoctrinamiento en las aulas y en defensa del derecho de los padres a elegir la educación que quieren para sus hijos.

Entonces este movimiento tiene el respaldo de las diversas congregaciones religiosas tanto católicas como evangélicas con el propósito de la defensa de la familia, incluyendo el compromiso en la defensa de la dignidad de la vida humana, la dignidad de la familia y la libertad religiosa.

La iniciativa ha surgido después de que políticos y asociaciones denunciaron que el nuevo Currículo Nacional de la Educación Básica que se aplicará en Perú a partir de 2017 introducirá la ideología de género en los centros educativos de todo el país.

Es allí donde los medios de comunicación de diversos tipos han servido de entes facilitadores y de masificación en difusión y reclutamiento en diversas zonas del país.

Las redes sociales también tuvieron sumo mediante el hashtag #ConMisHijosNoTeMetas, que se viralizó y comenzó a circular en las redes sociales; Este movimiento ciudadano que nace como reacción a la imposición de la Ideología de Género en nuestros hijos mediante el sector educativo en los diferentes estados soberanos. Esta imposición se impulsa por presión del lobby LGTBI y las fuerzas políticas que postulan y apoyan consciente o inconscientemente la “Teoría de Género” definido apropiadamente como “Ideología de Género” tanto de forma nacional como internacional. La ideología de género propone una nueva concepción antropológica y filosófica del ser humano, basado en los pensamientos subjetivos y

fantasioso mas no la realidad objetiva y verificable de nuestra naturaleza y esencia humana.

El postulado principal de esta ideología de género es que nuestra identidad es producto de una construcción social y cultural, aun lo que se considera como masculino y femenino, rechazando tácitamente la noción de que no existe una verdadera esencia femenina, sino que esto se construye. Estas ideas que buscan desnaturalizar al ser humano y comprenderlo a través del “enfoque de género” busca emplear a los ciudadanos como medio de realización ideológica, introduciéndose, así como herramienta necesaria para mejorar a los ciudadanos del futuro.

Este delirante objetivo colisiona con el propósito original por el cual se construyó socialmente el estado, que es una entidad al servicio del ciudadano y no un soberano que impone un dogma a sus súbditos. En este sentido, la lucha se expande a una epopeya por la el respeto a la libertad humana y la delimitación de los alcances que el estado tiene sobre sus mandantes, los ciudadanos. En este sentido, hemos desplegado nuestra lucha a nivel internacional, coordinando de manera unida en los diferentes continentes las acciones sociales, políticas, culturales y comunicacionales para fortalecer lo evidente y obvio, lo real y veraz, frente a lo supuesto y ambiguo, lo ilusorio y falaz. Estamos determinados a desterrar esta ideología en el mundo porque reconocemos que es totalitaria y dogmática intrínsecamente y sus adherentes no se detendrán ni respetarán límites al ser una creencia inhumana y caduca.

ConMisHijosNoTeMetas busca defender la dignidad y respeto de la especie humana, reconociendo nuestro valor absoluto e intrínseco por lo que somos, humanos, y no por cómo algunos pretenden concebir a los humanos. Esto también implica que respetamos aquellas libertades que son inherentes, como la libertad de pensamiento y expresión. Estas libertades no fueron otorgadas por el estado o la religión y por lo tanto no pueden ni deben ser prohibidas o censuradas por no coincidir con la opinión particular del gobierno de turno o la religión. Respetamos el libre ejercicio de estas libertades siempre y cuando no atenten contra las libertades de otras personas.

Nuestros objetivos son claros y simples, buscamos erradicar la Ideología de Género de toda política estatal a nivel nacional, regional y mundial. Somos conscientes que esta ardua tarea no será sencilla ni tampoco fácil, pero estamos confiados que inevitablemente la verdad vencerá sobre la mentira y por lo tanto consideramos que todo costo vale la pena.

En ese sentido la presente tesis titulada *“Efectividad de los Medios de Comunicación en la participación social (Movimientos Ciudadanos) “Con mis Hijos No Te Metas” en los grupos juveniles de la iglesia Católicas de la ciudad de Huánuco periodo 2017”*, buscó investigar si los movimientos juveniles de la iglesia católica de la ciudad de Huánuco se sumaron a dicho movimiento, pero, cual ha sido que diversos grupos juveniles de diversas iglesias se unificarán en un solo grupo homogéneo, y cual habrá sido el rol que desempeño los medios de comunicación y cuál de estos ha tenido el mayor impacto en la población y en especial a los grupos.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes

Al ser un problema novedoso de la coyuntura actual, como también el movimiento ciudadano Con Mis Hijos No Te Metas, para la presente investigación se empleó bases concernientes a la Participación social, Participación ciudadana; Medios de comunicación.

1.1.1. La Participación ciudadana

Sinesio López (2007) en su libro “Ciudadanos reales e imaginarios: concepciones, desarrollo y mapas de la ciudadanía en el Perú” de 1997, concluye que el ciudadano es una persona con derechos civiles, políticos y sociales que son garantizados por el Estado, y que pertenece a una comunidad política con la cual tiene responsabilidades. En esta noción de ciudadanía, el ciudadano en su

participación activa hace manifiesto que es el titular legítimo del poder político, a través de la participación en la toma de decisiones que afectan a la comunidad y que trascienden al voto electoral (López 1997)

Así mismo López amplía el concepto de ciudadanía el cual consiste en el ejercicio de derechos y deberes dentro de la comunidad política de la que uno se siente parte y sin la cual no puede desarrollarse. Es un concepto que tiene múltiples dimensiones que trascienden lo legal y que se construye en el terreno social y político, para lo que requiere que los ciudadanos desarrollen ciertas capacidades, como el poder actuar y decidir libremente, así como tener la capacidad de participar en los asuntos de interés público y disfrutar de la riqueza que se produce al interior de la sociedad.

Panfichi Aldo 2007 en su texto “Participación ciudadana en el Perú: disputas, confluencias y tensiones”. Concluye que, si la participación ciudadana realmente favorece a la democracia, porque consideran que esta debilita la representación política y crea las condiciones para la aparición de outsiders. En efecto, la intervención directa de los ciudadanos en las decisiones públicas, sin la mediación de los partidos políticos, genera una disrupción con el sistema, que termina traducándose muchas veces en una participación conflictiva. Sin embargo, quizás sea más conveniente pensar que los mecanismos participativos, en lugar de debilitar la democracia representativa, pueden complementarla positivamente.

Remy María Isabel (2005) en su texto “Sociedad civil, participación ciudadana y desarrollo”; concluye que existen barreras, aunadas a la escasa y lenta efectividad de los mecanismos de participación institucionalizados por ley, dan origen a expresiones de protesta que no consultan ni dialogan, más que sí informa sobre la diversidad de intereses y la ausencia de soluciones concertadas.

Contreras Alaid (1999) en su libro “Una comunicación con altura: una estrategia de comunicación para la ciudad de La Paz”, determina la importancia de crear espacios de diálogo, intercambio, acuerdo y colaboración, para trascender a la práctica común de hacer propaganda a la gestión municipal. La idea es poner a disposición del ciudadano información e interpelarlo al debate y búsqueda de soluciones, así como a la producción e instalación de temas y sentidos propios. Se trata entonces de promover espacios más propositivos, de encuentro y trabajo compartido, en detrimento de una relación de corte contestataria o propagandística entre autoridades y ciudadanos.

Bessette Guy (2008) en su libro “La comunicación participativa para el desarrollo”, determina que el enfoque de la comunicación popular o participativa surge en la década de los ochentas, en el contexto de la Escuela Latinoamericana, para reconocer a la comunicación como un proceso bidireccional que trasciende la difusión de mensajes e información, para persuadir a la gente y lograr que cambie su comportamiento o vote por algún candidato específico.

Gumucio, Alfonso Y Tufle, Thomas (2008), en su libro “Antología de la comunicación para el cambio social” concluye que la comunicación participativa busca la emancipación de las personas, alentando el diálogo horizontal para el reconocimiento de los problemas comunitarios y la búsqueda de soluciones. Bajo esta perspectiva, el proceso del cambio social es más importante que los productos porque precisamente, durante el proceso de comunicación, se inicia la transformación.

FAO (2006), determinó que la comunicación participativa puede promover cambios a nivel de conocimientos, actitudes y prácticas, y ahí reside parte de su aporte al desarrollo. En primera instancia, porque mejora el proceso de intercambio de información al indicar los canales y códigos más adecuados para transmitirla. En segundo lugar, dado que la comunicación siempre necesita a dos o más personas porque es una relación donde se producen diversos sentidos, esta se constituye como promotora del trabajo en equipos interdisciplinarios y estimula la construcción conjunta y creativa (FAO 2006: 16-17). En efecto, la participación es un proceso de aprendizaje significativo, que parte del reconocimiento de la heterogeneidad de los actores involucrados. Bajo esta premisa, el rol de la comunicación es bastante relevante, en tanto que, los procesos comunicativos permiten establecer relaciones horizontales entre los participantes, dando espacio para que cada uno de ellos aporte con sus experiencias y conocimientos. Es así como la comunicación aporta a la

visión del desarrollo una actitud de apertura frente a la diversidad de informaciones, mensajes, códigos y lenguajes que intervienen en las interacciones humanas (FAO 2006: 7-8).

La comunicación, entonces, se presenta como un aliado de la participación porque a través de ella se construye, de manera paulatina y reflexiva, el conocimiento que las personas tienen de su realidad y en tanto que les permite visualizarla, las motiva a transformarla. La comunicación supone, en un primer momento del proceso participativo, el acceso a información para luego deliberar entre un conjunto de opciones y finalmente lograr consensos. De esta manera, permite tomar decisiones más acertadas, junto con las personas y su diversidad de intereses (FAO 2006: 7-8).

1.1.2. El Rol de los medios de Comunicación

Machado (2004), Esta práctica de los movimientos sociales que han publicado periódicos, enviado cartas, organizado mítines públicos y usado diversos medios de comunicación directa con el público. Ahora la Red facilita a los movimientos sociales la difusión directa de informaciones sin el filtro o la mediación de los medios de comunicación. Hace posible la creación de medios propios con escasos recursos y mayor difusión potencial convirtiéndose en “el principal instrumento que tienen los movimientos para transmitir sus mensajes a una audiencia mayor y tratar de influir directamente en la opinión pública”).

Lago Martínez (2006), La Red “no representa sólo un complemento a los medios tradicionales, sino que ofrece oportunidades innovadoras para informar, movilizar, organizar a los movimientos y hacer pública y relevante la protesta” (). Internet es así algo más que un complemento a los medios tradicionales pues supone un cambio de modelo.

Negri y Hardt (2001), caracterizan la actual infraestructura global de informaciones como la hibridación de dos modelos de redes: – La red oligopólica que corresponde al sistema de medios, como dispositivo de comunicación unidireccional (siguiendo el clásico modelo Emisor-Mensaje-Receptor), producción centralizada y distribución en masa. – La red democrática, basada en Internet, como modelo rizomático, horizontal y descentralizado, como dispositivo de comunicación de todos para todos.

Downing, (2002), demostró que el rol de la comunicación en el internet tiene la capacidad para publicar (ligado a una reducción de los costes y un aumento potencial de la difusión), Internet supone un cambio de modelo comunicativo (del modelo centralizado y unidireccional a un modelo horizontal de todos a todos) y aporta nuevas formas de publicación (distribuida, abierta, en colaboración...) basadas en una variedad de herramientas disponibles (web, redes sociales, RSS, wikis, foros, correo electrónico y listas de correo) que de manera aislada o mediante hibridaciones de varias de ellas son utilizadas por los movimientos sociales para transmitir su información. Para tratar de identificar y clasificar los distintos modelos

de medios propios creados en la Red por parte de los movimientos sociales hay que atender a sus diferentes finalidades, usos, formas de gestión y herramientas utilizadas. Antes podemos distinguir entre los medios de información, los de organización y los medios “radicales”.

Cardoso (2008) Los nuevos medios serían aquellos surgidos de la llamada “revolución de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC)”. Entre ellos se encontrarían medios diversos como la telefonía móvil, la televisión digital interactiva, las consolas de videojuegos o Internet. El presente análisis pretende comprender a todos ellos, tratándolos genéricamente como nuevos medios, sin embargo, será Internet el objeto de estudio predominante por su importancia como paradigma de los nuevos medios. Colombo propone definir a los nuevos medios como “todos los medios de comunicación, representación y reconocimiento en los que encontramos la digitalización de la señal y de su contenido, que poseen dimensiones de multimedialidad e interactividad”.

Digitalización, multimedialidad e interactividad serían las propiedades contenidas en esta primera definición, pero son muchos otros los adjetivos genéricos que suelen aplicarse a los nuevos medios; interactivos, multidireccional, multimedia, abierto, replicable, flexible, descentralizado, horizontal, distribuido, virtual, instantáneo, en red, global... Estas propiedades deben ser analizadas de forma pormenorizada para aclarar conceptos difusos y delimitar las características

fundamentales que los definen, aportan aspectos novedosos y condicionan sus usos sociales y sus potencialidades como medios de información y comunicación.

Marotias y Marotias (2006); Determinó que “la comunicación en tiempo real desde cualquier punto del planeta implicaría un salto en la comprensión del tiempo y del espacio y las identidades y roles sociales que estaban estrechamente relacionados al lugar físico pasan a redefinirse paulatinamente”, donde la Deslocalización donde todos los medios de comunicación se caracterizan por transmitir mensajes a través del espacio. Mientras la comunicación interpersonal cara a cara (Face to Face - F2F) requiere que emisor y receptor compartan el mismo contexto espacial, la comunicación mediada se caracteriza, por lo contrario, no existe una presencia simultánea del emisor y el receptor en un mismo espacio. Considerando que todos los medios, tanto personales como de masas, transmiten los mensajes a través del espacio el factor determinante a valorar es el alcance al que puede llegar la transmisión.

El alcance puede ser local, nacional o global. Las transmisiones por satélite o por cable permiten hoy día que la radio o televisión puedan tener un alcance global, pero esta no es una propiedad característica de estos medios. Tradicionalmente la radio y la televisión han tenido un alcance local, regional o nacional. La radio se caracteriza generalmente por una cobertura más local. La prensa suele ser también de alcance local, regional o nacional.

Por su parte, el teléfono y el correo postal siempre han sido utilizados tanto local y nacional como globalmente, a través del correo y las llamadas internacionales. Por supuesto existen televisiones y radios de alcance global e incluso con una audiencia y contenidos con clara intención de globalidad (CNN, BBC, MTV, etc.) pero no es este el modelo tradicionalmente predominante. Además, este alcance global de los medios audiovisuales es posible sólo recientemente gracias al proceso de digitalización y al avance de las telecomunicaciones, en la era de Internet, y no en la época del auge de estos medios que es cuando mayoritariamente se definen sus usos, lenguajes y características propias. También la prensa tiene ediciones internacionales, pero tampoco son una propiedad básica. Sin embargo, los nuevos medios como Internet sí se caracterizan por su alcance global y este factor sí supone una de sus propiedades básicas.

Cardoso (2008), concluye que la evolución del periodismo y de la organización del sistema de medios (1999, citado en Cardoso 2008:221). Esta circunstancia crearía las condiciones para dos escenarios sobre el efecto de Internet en la práctica y evolución del periodismo; el revolucionario y el evolucionario (Heinomen 1999, citado en Cardoso 2008:74).

Según la perspectiva revolucionaria, Internet marca un momento de cambio en la historia del periodismo en el que el papel del periodista como intermediario tenderá a disminuir y su objetivo será lograr un mayor rendimiento en las audiencias y la lógica colaborativa, aproximando más a audiencia y periodistas. – Desde la

perspectiva evolucionaria, se considera a Internet como introductor de cambios en el periodismo que continuará desarrollándose de un modo la evolución del periodismo y de la organización del sistema de medios (1999, citado en Cardoso 2008:221).

Esta circunstancia crearía las condiciones para dos escenarios sobre el efecto de Internet en la práctica y evolución del periodismo; el revolucionario y el evolucionario (Heinomen 1999, citado en Cardoso 2008:74). – Según la perspectiva revolucionaria, Internet marca un momento de cambio en la historia del periodismo en el que el papel del periodista como intermediario tenderá a disminuir y su objetivo será lograr un mayor rendimiento en las audiencias y la lógica colaborativa, aproximando más a audiencia y periodistas.

Desde la perspectiva evolucionaria, se considera a Internet como introductor de cambios en el periodismo que continuará desarrollándose de un modo.

1.1.3. Los grupos juveniles católicos y su participación social

Unión Europea – EU, planteó que la participación de los jóvenes en la sociedad es vital tanto para la propia sociedad en la que viven como para su propio desarrollo personal. Desde la educación no formal siempre se ha fomentado el proceso de autonomía y socialización de las personas, la participación en la vida social y en general a la lucha contra la exclusión. Y por ello pensamos que es un derecho poder participar en procesos de educación no formal especialmente durante la época infantil y juvenil, para luego poder seguir haciéndolo cuando eres adulto. A través de varios proyectos europeos de trabajo en red se quiere poner en valor la

educación no formal como parte importante de la educación de los jóvenes e integración en la sociedad y como elemento de que fomenta la participación.

En las entidades juveniles, y a través de este espacio de educación no formal, los jóvenes que participan fomentan la autonomía, el liderazgo, la adaptación y flexibilidad para llegar a acuerdos- negociación-. Es decir, que están consiguiendo sin que fuese un objetivo clave, unas capacidades y competencias que ahora se incluyen en la iniciativa juventud en movimiento dentro de la Estrategia Europea 2020 para los jóvenes y la empleabilidad.

Mónica Elizabeth Fora, en su artículo “Adolescentes y catolicismo. Los grupos juveniles en la ciudad de La Plata. Aproximación al estudio de la identidad religiosa” concluye que los adolescentes y los grupos juveniles, al visualizar la socialización religiosa que traen estos adolescentes desde su infancia nos preguntamos ¿en qué medida actúa para favorecer la conexión con un grupo juvenil? Durante la adolescencia, sabemos, existe una marcada necesidad hacia la pertenencia como un elemento dador de identidad, desde donde reconocerse como persona, encontrar un ‘lugar en el mundo’ (rol social) y definir una existencia respecto de la experiencia religiosa con que se cuenta. Según ya expresamos, si bien de ahora en más no se aceptan como plenamente reales ciertas posturas asociadas con concepciones religiosas aprendidas en la infancia, persiste -al menos en los casos aquí considerados-una referencia a aquello que brinda cierta seguridad y estabilidad, representado por la misma religión institucional en la que fueron formados (la católica) y que comienza a ser cuestionada.

Observamos en quienes se acercan a los grupos juveniles plena consciencia de hacerlo a agrupaciones relacionadas con el catolicismo y no con otros cultos (de los cuales tienen un conocimiento vago y ecléctico proveniente del tratamiento dispensado, al respecto, por los medios de comunicación), por lo cual disponen de antemano de una señal directa que asocia el funcionamiento de dichos grupos, a nivel parroquial, con la religión católica a la que ellos adscriben desde su niñez

1.1.3. Marco situacional

En el marco de la campaña “*Con mis hijos no te metas*” se denuncia que el campo de batalla de la ideología de género no está en los adultos sino en la mente de los niños y que por esta razón existe la pretensión de “orientar” desde el colegio a los niños en su sexualidad. La igualdad no significa que las mujeres y los hombres sean lo mismo, sino que los derechos, las responsabilidades y las oportunidades no dependen del sexo con el que nacieron. La igualdad de género supone que se tengan en cuenta los intereses, las necesidades y las prioridades tanto de las mujeres como de los hombres; En el ámbito del desarrollo, un objetivo de equidad de género a menudo requiere incorporar medidas encaminadas a compensar las desventajas históricas y sociales que arrastran las mujeres.

De acuerdo con ello, Javaloy manifiesta que “los movimientos deben gestionar la comunicación tanto en el ámbito interno, para mantener informados a sus participantes y seguidores, como en el externo para llegar a un público más amplio y tratar de involucrar a los observadores, incidir en la toma de decisiones y presionar a

sus oponentes. “Gracias a los medios, los movimientos y las ONGs consiguen que su mensaje llegue a millones de personas e influya en la opinión pública” (Javaloy, Espelt y Rodríguez: 2001).

Por su parte Tarrow, concluye que “los movimientos que desean llegar a un público más amplio tienen que recurrir a los medios de comunicación para hacerlo y estos no son neutrales en lo que se refiere a los símbolos que reciben y transmiten” (Tarrow: 1997). Los medios de comunicación son un recurso externo para los movimientos sociales. “Del mismo modo que se apoyan en redes culturales preexistentes, utilizan los recursos externos de los medios de comunicación para movilizar a sus seguidores”. No obstante, “los movimientos poseen escaso poder cultural contra la capacidad inherente a los medios de dar forma a las percepciones”

1.2. Bases teóricas.

Medios de Comunicación

Los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. Algunas veces son utilizados para comunicar de forma masiva, para muchos millones de personas, como es el caso de la televisión o los diarios impresos o digitales, y otras, para transmitir información a pequeños grupos sociales, como es el caso de los periódicos locales o institucionales.

A comienzos del siglo XXI, los medios de comunicación también constituyen una gran red de plataformas tecnológicas que excede los límites nacionales. Actualmente existen redes globales, nacionales, regionales y comunitarias, constituidas por periódicos, revistas, emisoras radiales, canales de televisión y páginas web. Cada una de estas plataformas define la materialidad de la información que se transmite. Por ejemplo, los periódicos publican diariamente artículos, columnas de opinión, infografías y fotografías; las emisoras de radio, en sus programas, cubren de manera exhaustiva los acontecimientos que están pasando en cualquier lugar y a cualquier hora; los canales de televisión, con sus noticieros, sus programas de discusión, sus telenovelas y sus partidos de fútbol, parecen traer la realidad a la casa de los televidentes.

A pesar de que en estos tiempos nuestra relación con los medios de comunicación sea un asunto cotidiano y casi natural, pues a diario vemos, escuchamos, leemos y estamos en contacto con diversas plataformas informativas, es importante tener en cuenta que no existe una definición que englobe todo su significado. De acuerdo al contexto de discusión, los medios de comunicación adquieren objetivos, beneficios y usos diferentes.

Movimiento Social

Un movimiento social, es un grupo no formal de individuos u organizaciones que tiene como finalidad el cambio social. Durante el siglo XIX, el concepto de movimiento social estaba ligado a un tipo de cambio social particular

(revolucionario) y a un fin específico (la instauración de un régimen socialista o comunista), así como a una identidad en concreto (identidad de clase) y a un grupo social en particular (la clase obrera). A lo largo del siglo XX, el término comenzó a utilizarse para englobar movimientos que se sitúan en diferentes contextos, en esferas tan distintas como la cultural, social, política, económica o personal, y cuya composición incluye a clases, sectores o colectivos como obreros, campesinos, mujeres, estudiantes, vecinos y grupos étnicos.

Movimiento Ciudadano

En referencia a este concepto no se encuentra, pero se puede realizar uno en función a la envergadura de la investigación, por lo que se entiende por movimiento ciudadano, a la interacción de individuos de una ciudad que se agrupa con la finalidad de realizar una manifestación con un objetivo concreto, donde dicho cúmulo de personas se unifican sin distinción de credo, género, o cualquier índole diferencial.

Participación ciudadana

La participación ciudadana es un concepto relacionado con la democracia participativa. Se trata la integración de la población en general, en los procesos de toma de decisiones, la participación colectiva o individual en política, entendida esta como algo de lo que todos formamos parte.

Para que las estructuras que componen los estados, ciudades, municipios, barrios, etc. funcionen correctamente, se debe hacer un análisis de las necesidades de la población, o lo que es lo mismo, escuchar las demandas, puntos de vista, preocupaciones y necesidades de las ciudadanas y los ciudadanos que los componen.

La participación ciudadana impulsa la democracia real, y no debe ser privilegio de unos pocos, es un derecho y un deber de todos los ciudadanos. La creación de canales de participación ciudadana es generada por los propios ciudadanos, quienes se organizan, “Participación Ciudadana” para hacer oír su voz y modificar, cuanto menos su entorno inmediato. En nuestra opinión, lo más importante, a parte del resultado, que lo es también, es que personas pertenecientes a una comunidad trabajen en conjunto, se conozcan, se creen redes sociales, se establezca un diálogo, que puede dar lugar a muchas otras iniciativas, a parte, de para las que se creó.

1.3. Definición de términos básicos.

Medios audiovisuales

Los medios audiovisuales son los que pueden ser escuchados y vistos. Es decir, los dispositivos que se basan en imágenes y sonidos para transmitir la información, como es el caso de la televisión y el cine.

Medios radiofónicos

La radio es el único medio que hace parte de los medios que transmiten información por medio de formatos sonoros. Su importancia radica en que es el medio que consigue la información con más facilidad y tiene un proceso de producción mucho más sencillo que el de la televisión. Además de los pocos requerimientos que implica su producción, la radio no necesita de imágenes para comunicar, ni de un gran equipo de trabajadores; los periodistas radiales sólo necesitan estar en el lugar de los hechos, además de tener un micrófono y una cabina de sonido con la cual se logre hacer la emisión de la información al aire.

Medios impresos

Las revistas, los periódicos, los magazines, los folletos y, en general, todas las publicaciones impresas en papel que tengan como objetivo informar, hacen parte del grupo de los medios impresos. En la actualidad, el público consumidor ha relegado el papel de los medios impresos debido a varios factores: aparte de que para acceder a ellos se necesita de una cantidad de dinero considerable, con la aparición de los medios de comunicación audiovisuales, el interés por la lectura y por la información presentada de manera escrita pasó a un segundo plano. Los consumidores de medios de comunicación han comenzado a acceder a varios de los contenidos publicados en medios impresos a través de internet, lo que ha generado cambios fundamentales en el acceso a la información. Los complejos sistemas de distribución de los medios

impresos, además, no han podido cubrir en su totalidad al público lector en todas las regiones.

Medios digitales

Desde finales de la década de 1980, las llamadas “nuevas tecnologías” comenzaron un proceso de masificación que definió el camino a seguir de los medios de comunicación. A partir de los medios digitales se construyeron nuevas plataformas informativas, alojadas en Internet y constituidas por herramientas audiovisuales, formatos de interacción y contenidos de carácter virtual. Con el desarrollo de nuevos modelos de computadores, desde la década de 1990, el público tuvo acceso a una forma novedosa de entender la transmisión de la información; no sólo los jóvenes o los amantes de la tecnología podían tener un computador y explorar en el infinito mundo de internet, ahora todos los individuos de la sociedad podrían leer, complementar y hasta crear sus propios medios de comunicación. En ese sentido, actualmente, los medios digitales se encuentran en un proceso de expansión hacia todos los sectores de la sociedad.

La Participación Ciudadana

Es un concepto relacionado con la democracia participativa. Se trata la integración de la población en general, en los procesos de toma de decisiones, la participación colectiva o individual en política, entendida esta como algo de lo que todos formamos parte.

Movimiento Ciudadano “Con Mis Hijos No Te metas - CMHNTM”

Movimiento de ciudadanos que centra su atención principalmente a “Que no se adoctrine en los postulados de la ideología de género a los niños en los colegios”. Esa es la reivindicación que ha llevado a crear en Perú la campaña “*Con mis hijos no te metas*” contra el adoctrinamiento en las aulas y en defensa del derecho de los padres a elegir la educación que quieren para sus hijos.

Ideología de Género

Escribía Ratzinger: “*La ideología de género es la última rebelión de la creatura contra su condición de creatura. Con el ateísmo, el hombre moderno pretendió negar la existencia de una instancia exterior que le dice algo sobre la verdad de sí mismo, sobre lo bueno y sobre lo malo. Con el materialismo, el hombre moderno intentó negar sus propias exigencias y su propia libertad, que nacen de su condición espiritual. Ahora, con la ideología de género el hombre moderno pretende librarse incluso de las exigencias de su propio cuerpo: se considera un ser autónomo que se construye a sí mismo; una pura voluntad que se autocrea y se convierte en un dios para sí mismo*”.

Antes de tratar específicamente de esa ideología, conviene recordar:
Algunos conceptos básicos sobre la identidad sexual:

Los especialistas distinguen tres aspectos, entrelazados entre sí, que forman la identidad sexual de la persona.

Estos tres aspectos son: el sexo biológico, el sexo psicológico y el sexo sociológico. Es decir, estos tres aspectos no son comportamientos estancos, porque en el hombre y en la mujer existe una profunda unidad entre las dimensiones corporales, psíquicas y espirituales: una gran interdependencia entre lo biológico y lo cultural.

Equidad de Género

Se define como “la imparcialidad en el trato que reciben mujeres y hombres de acuerdo con sus necesidades respectivas, ya sea con un trato igualitario o con uno diferenciado pero que se considera equivalente en lo que se refiere a los derechos, los beneficios, las obligaciones y las posibilidades. En el ámbito del desarrollo, un objetivo de equidad de género a menudo requiere incorporar medidas encaminadas a compensar las desventajas históricas y sociales que arrastran las mujeres.

1.4. Hipótesis

En alusión a las preguntas de investigación planteadas, la tesis contemplará las siguientes hipótesis:

Hipótesis general

Con un adecuado uso de los medios de Comunicación ENTONCES tendremos un efecto significativo en la participación de los grupos juveniles católicos en los colectivos sociales de la Ciudad de Huánuco.

Hipótesis específicas

- Con adecuadas estrategias comunicacionales se logra la participación de los grupos juveniles en los colectivos sociales.
- El adecuado uso de la comunicación organizacional hizo efectivo el éxito de la campaña CMHNTM 2017.

1.5. Variables

Variable independiente

Medios de Comunicación

Variable dependiente

Participación de grupos juveniles católicos en el Movimiento ciudadano CMHNTM.

1.6. Objetivos

Objetivo general

Evaluar los efectos de los medios de Comunicación y el movimiento ciudadano “CMHNT” en la participación de los grupos juveniles de las parroquias católicas de la ciudad de Huánuco 2017.

Objetivo específico

- Describir el tipo de comunicación ciudadana que se establece en los espacios de Evaluar los efectos de los medios de Comunicación y el movimiento ciudadano “CMHNT” en la participación de los grupos juveniles de las parroquias católicas de la ciudad de Huánuco 2017.

1.7. Población y Muestra.

Población

Constituida por los grupos juveniles de las 8 iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco que hace un total de 544 jóvenes participantes. Cabe resaltar que los grupos deben de estar conformados por jóvenes de 18 pertenecientes a un grupo juvenil de la iglesia y/o parroquia católica de la ciudad de Huánuco.

Selección de la Muestra.

Aleatorio, porque cualquier integrante de los grupos juveniles será encuestado para medir el impacto y su grado de participación en el Movimiento social “CMHNTM”. De acuerdo a la siguiente fórmula:

$$\frac{z^2 pq N}{E^2 (N-1) + z^2 pq}$$

$$n = ?$$

$$z = (1.96)^2$$

$$N = 544$$

$$P = 0.5$$

$$Q = 0.5$$

$$E^2 = 0.07$$

La muestra será de 114.

La muestra estará constituida por 114 jóvenes pertenecientes a grupos juveniles de las 8 iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco, los cuales serán encuestadas aleatoriamente según el anexo 04.

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1. Tipo de investigación

Método transversal: Es el diseño de investigación que recolecta datos de un solo momento y en un tiempo único, porque se describirá la variable independiente (medios de comunicación) y (mediera) la variable dependiente (participación de los grupos juveniles católicos) y se comparó con un testigo (absoluto). Sustentado en Hernández (2004: 188-189) quien indica que el experimento se refiere a un estudio en el que se manipulan intencionalmente una o más variables independientes (supuestas causas...), para analizar las consecuencias que las variables..., dentro de una situación de control para el investigador.

2.2. Diseño de la Investigación

Transversales Correlacionales: se encargan de describir relaciones entre dos o más variables en un momento determinado, para lo cual se tomó como referencia el

mes de noviembre del 2017 basado en un análisis comunicacional y en agosto del 2018 para medir cuales fueron los impactos de la participación de los jóvenes en el movimiento ciudadano Con Mis Hijos No Te Metas.

2.3. Definición operativa del instrumento de recolección de datos

Nuestro instrumento de acopio de datos fue mediante una encuesta aplicada primero a los ciudadanos y segundo a los responsables de los medios de comunicación donde dichos cuestionarios respondieron a los objetivos de nuestra investigación. Para su aplicación se tuvo en consideración los siguientes estamentos éticos:

Beneficencia. Con este principio se dio muestras de una garantía invariable, durante el proceso de la investigación, no dando lugar a riesgo en sus resultados, ni sufrir variación alguna.

Maleficencia. No se debió propender por agraviar ni dañar la imagen de una gestión institucional.

Respeto a la dignidad humana: La Constitución Política estableció como principio el respeto a la dignidad de las personas humanas, bajo este principio no se está condicionando a las personas, a la adopción de una determinada conducta, a favor o en contra de las propuestas, se busca el establecimiento de la libertad de posiciones.

Justicia. La justicia es uno de los valores que se está tomando, como base para el desarrollo del presente trabajo. Acudiendo en todo momento por el

respeto a todo cuanto concierna a su privacidad y facultades de decidir en función.

Autonomía. Se tuvo especial cuidado, en respetar la función asistencial del personal de salud, se procedió cuidando de no inmiscuirse en asuntos de competencia del ámbito de estudio, ni se dejó que intervengan en las decisiones antes, durante ni después en el proceso del estudio.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Mediante el análisis de contenido, donde la ficha de investigación o de contenido contemplará: Fichas de transcripción; Ficha de resumen: Fichas de comentario.

En el Fichaje, cada ficha a emplearse como instrumento debe de contener la información el autor, año título, revista, país, edición, volumen y páginas.

La técnica estadística Inferencial, se empleará para la prueba de hipótesis mediante la T Studen, ya que permite el análisis de datos de forma rápida y simplificada.

Técnicas de campo.

Se realizará a través de la ejecución de encuestas para la obtención de datos estadísticos que nos proporcionaran cifras exactas referentes a cada indicador en estudio.

Entrevistas a líderes de la organización Movimiento CMHNTM y líderes juveniles católicos.

La Observación nos permitirá tener una visión clara de cómo se emplea la responsabilidad social y poder evitar cualquier sesgo de tipo numérico.

2.4.1. Procesamiento y presentación de datos.

Para obtener la información de la presente investigación se realizó las coordinaciones con los responsables de cada grupo juvenil líderes del movimiento CMHNTM de las 8 iglesias católicas, del mismo modo, con el respectivo sacerdote responsable de la iglesia; a fin de que nos autorizó la recolección de datos, en tal efecto, se emitió la documentación respectiva. Y se dio a conocer el cronograma de actividades desde la recolección de datos hasta el procesamiento de la información.

Para la recolección de datos, se capacitó a un profesional de las Ciencias de la Comunicación social, con la finalidad que garantice la obtención de datos reales. En el primer contacto con la muestra en estudio, siguiendo las directrices nacionales e internacionales para la investigación que involucra seres humanos (Declaración de Helsinki), se explicó a los involucrados directos (líderes del movimiento CMHNTM), los riesgos y beneficios del estudio, para mayor evidencia de ello se les dio a conocer el consentimiento informado (Anexo 02), ambos son documentos respaldados por el Comité Institucional de Ética de la Universidad donde realice los estudios de la Licenciatura.

Una vez explicados los procedimientos y obtenido el consentimiento informado, se procedió a la toma de datos. La visualización de datos es de lejos una de las técnicas de análisis de datos más demandada y apreciada a día de hoy por lo fácil que resulta a través de un gráfico o imagen detectar patrones en los datos. Es especialmente útil cuando buscamos entender grandes volúmenes de datos de forma rápida y simplificada.

Para el procesamiento de los datos se empleó el programa de computación SPSS 24.0, para la presentación de los datos serán en tablas analizados estadísticamente. Representados en figuras en forma de pasteles.

CAPÍTULO III

DISCUSIÓN Y RESULTADOS

3.1. Presentación de los datos en cuadros y gráficos

Para un análisis exhaustivo del instrumento (encuesta), fueron en función a cada pregunta, iniciando con los datos generales, seguidos por los datos medios de comunicación y posteriormente con el rol de los medios de comunicación en la participación ciudadana, el cual se aplicó a los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco.

3.2. Encuesta a profundidad aplicado a los jóvenes de los grupos de las parroquias de la ciudad de Huánuco.

En la ejecución de la encuesta dirigida a grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco, se obtuvo los siguientes resultados.

3.2.1. Datos generales

3.2.1.1. ¿Cuántos años tienes?

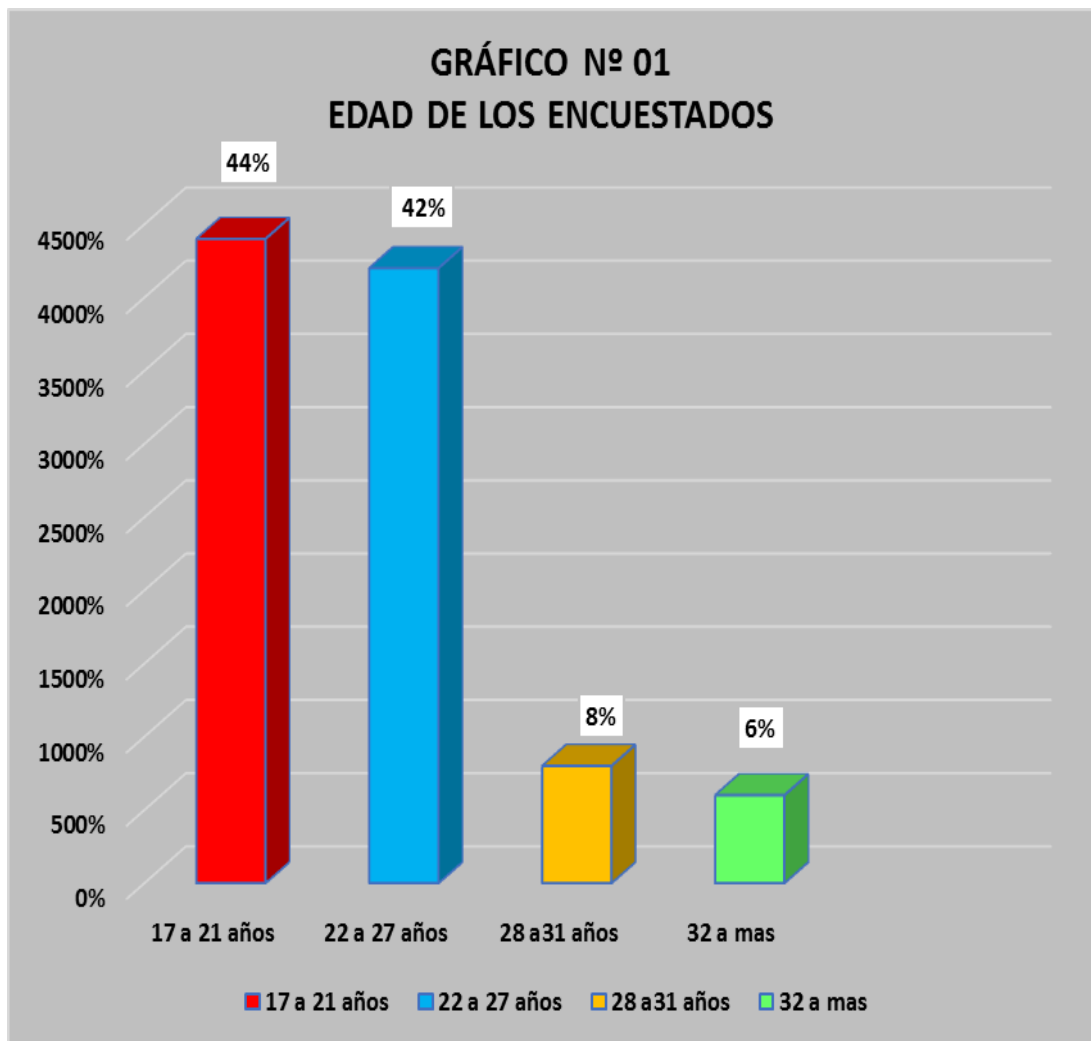
CUADRO N° 01
EDAD DE LOS ENCUESTADOS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 17 a 21 años	50	44%
De 22 a 27 años	48	42%
De 28 a 31 años	9	8%
De 32 a mas	7	6%
TOTAL	114	100%

Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

La investigación buscó saber sobre la efectividad de los medios de comunicación en generar la participación social, en este caso de estudio referente a los jóvenes pertenecientes a un grupo de las parroquias y/o iglesias de la ciudad de Huánuco, para lo cual se consideró a jóvenes mayores de edad (18 años); Por lo que de acuerdo al cuadro N° 01 “Edad de los encuestados”, la mayor proporción de encuestados pertenecen al intervalo de edad 17 a 21 años con un 44% cabe recalcar que en este grupo se tuvo que considerar a algunos encuestados de 17 años debido a que pertenecen a estos grupos por varios años, seguidos por los otro intervalo de jóvenes entre las edades de 22 a 27 años, el cual representa el 42%, otro intervalo de edad de 28 a 31 años cuenta con un porcentaje considerable del 8% y finalmente y no

menos importante los encuestados que se encuentran en el intervalo de 32 a más años con un 6%, ante esta pregunta no se puede descartar ningún intervalo de edad ya que fueron encuestados aleatoriamente en cada uno de sus grupos de sus parroquias y/o iglesias de la ciudad de Huánuco, así mismo mostraron interés ante el tema investigación, tal como se muestra en la gráfica N° 01.



Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

3.2.1.2. Desde que edad participas en el grupo de la iglesia y/o parroquia?

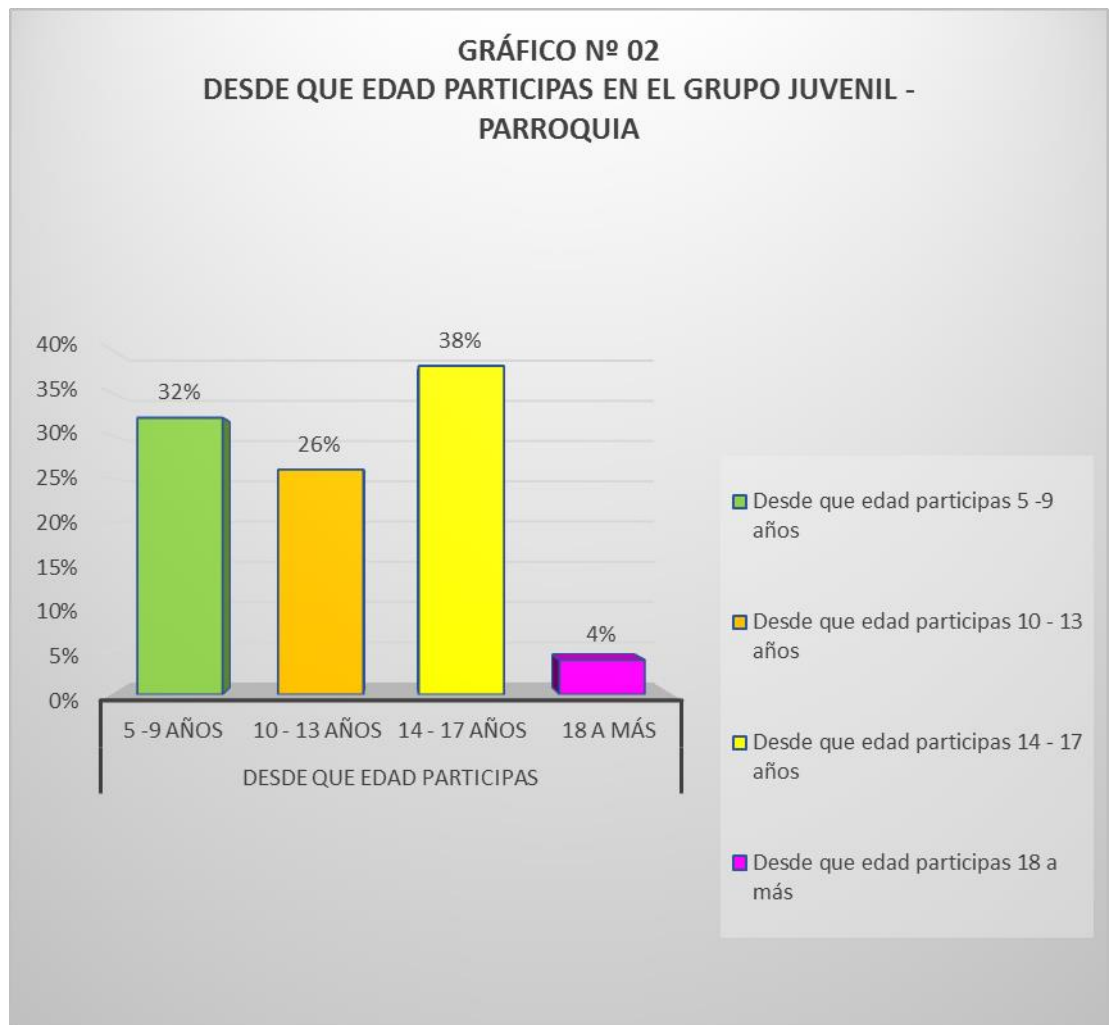
CUADRO N° 02
DESDE QUE EDAD PARTICIPAS EN EL GRUPO DE LA IGLESIA Y/O
PARROQUIA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 5 a 9 años	36	32%
De 10 a 13 años	30	26%
De 14 a 17 años	43	38%
De 18 a mas	5	4%
TOTAL	114	100%

Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

En la gráfica N° 02 “Desde que edad participas en el grupo de la iglesia y/o parroquia”, se pudo apreciar, que se tuvo en cuenta intervalos de edades de acuerdo al cuadro N° 02, donde la mayoría de encuestados han comenzado a participar en sus grupos juveniles desde las edades de 14 a 17 años, donde relatan en la entrevista que se iniciaron como preparación para su Confirmación (sacramento católico) el cual conforma el 38% del total de jóvenes encuestados; El segundo grupo comprende a jóvenes que se iniciaron desde los 5 a 9 años, esta iniciación relatan los encuestados que fue como parte de su preparación para “la Primera Comuni3n” haciendo el 32% de los jóvenes encuestado, el otro grupo de jóvenes de las edades de 10 a 13 años el cual conforma el 26% de encuestados, y por último el grupo conformado por los

ciudadanos de las edades de 18 a más años de edad no se encontró a jóvenes que recién se hallan integrado a estos grupos conformando así el 4% de los encuestados, como se muestra en el gráfico N° 02.



Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

Tal como se pudo apreciar en el gráfico, los datos muestran que la mayoría de los jóvenes iniciaron a pertenecer a sus grupos de sus respectivas iglesias y/o

parroquias desde la edad de 5 y otro importante grupo se incorporaron a la edad de 14 años como parte de realizar uno de los sacramentos católicos.

3.2.1.3. ¿Cómo se denomina tu grupo juvenil y tu iglesia y/o parroquia?

CUADRO N° 03
COMO SE DENOMINA TU GRUPO JUVENIL DE TU IGLESIA Y/O
PARROQUIA

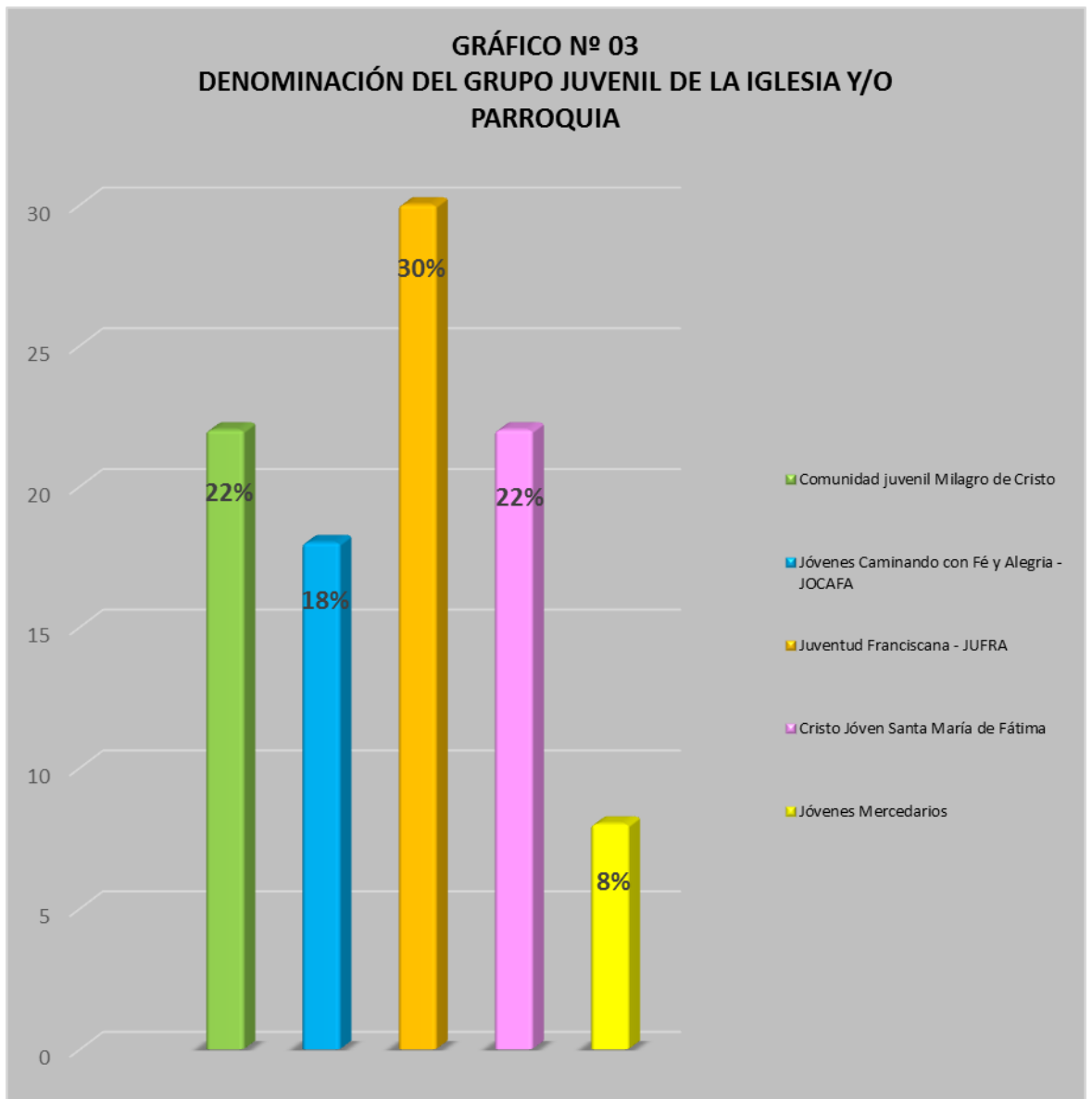
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comunidad Juvenil Milagro de Cristo	25	22%
Jóvenes Caminado con Fe y Alegría – JOCAFA	20	18%
Juventud Franciscana – JUFRA	35	30%
Cristo Joven Santa María de Fátima	25	22%
Jóvenes Mercedarios	9	8%
TOTAL	114	100%

Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

Con el objeto de contar con la información más verídica de la población y conseguir la mayor cantidad de opiniones se tuvo presente el a los grupos juveniles con mayor número de participantes en la aplicación del instrumento, donde de los ocho (8) grupos juveniles de la población se escogieron a 5 de ellos, se tuvo la

participación equitativa de la población en estudio donde participaron integrantes de ambos sexos.

En el gráfico N° 03 “Denominación del Grupo Juvenil”, se pudo apreciar que la mayor participación de los encuestados pertenecen al grupo juvenil “Juventud Franciscana – JUFRA” el cual está conformado por el 30% de la población encuestada y mientras que los grupos juveniles “Comunidad Juvenil Milagro de Cristo” y “Cristo Joven Santa María de Fátima” conforman el 22% de la población cada uno, por otra parte el cuarto grupo juvenil es “Jóvenes Caminado con Fe y Alegría – JOCAFA” con una representación del 18 % de los encuestados y para completar a estos 5 grupos se encuentra el grupo “Jóvenes Mercedarios” conformado por el 8% de la población.



Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

3.2.1.4. Grado de Instrucción

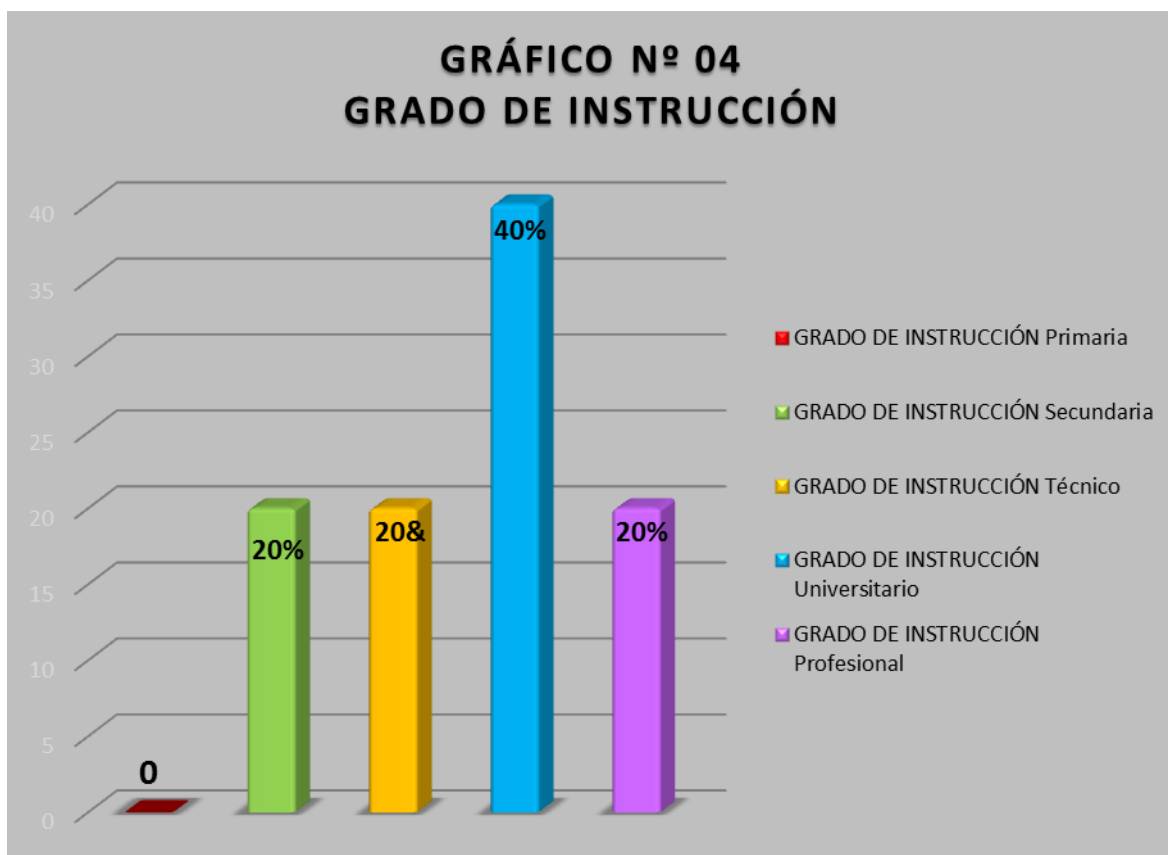
CUADRO N° 04
GRADO DE INSTRUCCIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Primaria	0	0%
Secundaria	23	20%
Técnico	23	20%
Universitario	47	40%
Profesional	23	20%
TOTAL	114	100%

Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

La mayoría de los jóvenes encuestados tienen un nivel de instrucción universitario con el 40%, es decir que tiene estudios universitarios, seguidos por ciudadanos con nivel técnico 20% al igual que los jóvenes que tienen educación secundaria 20% y el grupo de jóvenes que son profesionales con el 20% respectivamente. Esta pregunta nos refleja que es un indicador positivo ya que nuestra población muestral tiene estudios y por ende se encuentra más ligado a los medios de comunicación y tiene el conocimiento de saber a qué movimiento respaldar libremente, así mismo nos dotan de respuestas de mayor confiabilidad para nuestro tema de investigación. Estos resultados se aprecian en la gráfica N.º 04.

**GRÁFICO N° 04
GRADO DE INSTRUCCIÓN**



Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

3.2.2. Datos de los medios de comunicación

En estas preguntas nos muestran el grado de conocimiento de los jóvenes pertenecientes a un grupo juvenil de las iglesias y/o parroquias referentes a tema de investigación *“Efectividad de los Medios de Comunicación en la participación social (Movimientos Ciudadano) “Con mis Hijos No Te Metas” en los grupos juveniles de la iglesia católica de la ciudad de Huánuco periodo 2017”* y cuál ha sido el medio de comunicación que emplea para la información con al tema de investigación.

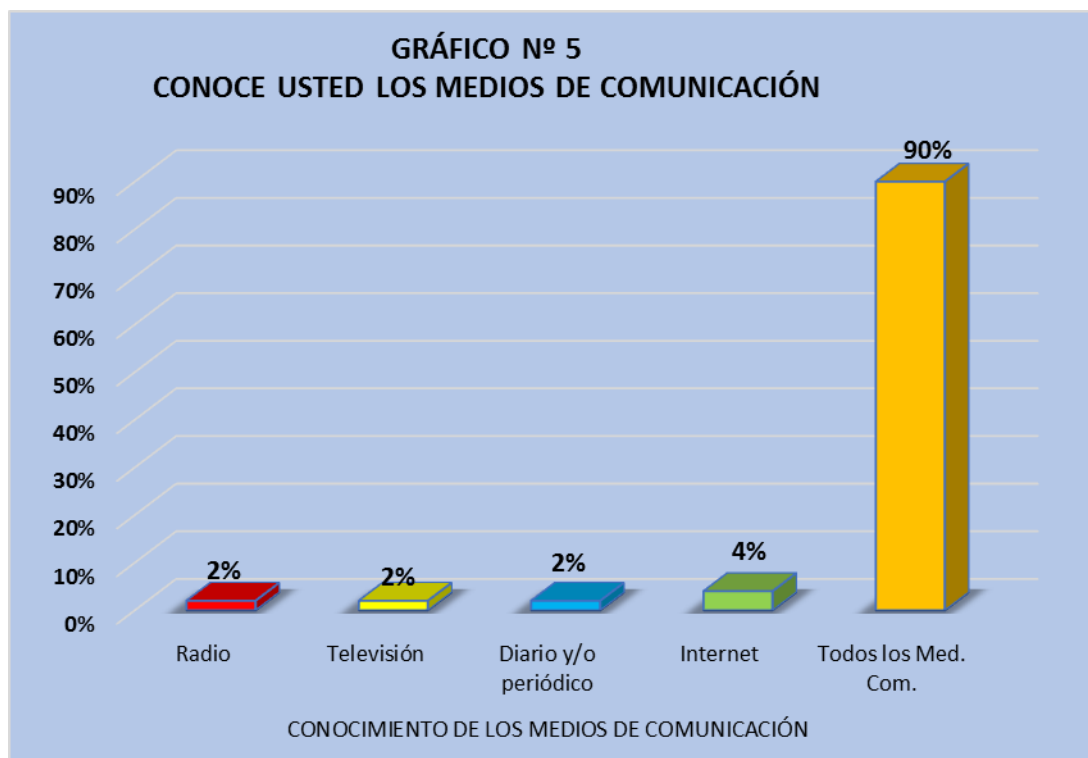
3.2.2.1. ¿Conoce usted los medios de comunicación?

CUADRO N° 05
CONOCIMIENTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	2	2%
Televisión	2	2%
Diario y/o periódico	2	2%
Internet	5	4%
Todos los medios de comunicación	103	90%
TOTAL	114	100%

Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias católica de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

Para obtener datos a profundidad, se tuvo en cuenta como los jóvenes de se han informado sobre el movimiento ciudadano “Con Mis Hijos No Te Metas” y a través de que medio y con qué frecuencia se informaron sobre este movimiento ciudadano, logrando tener los siguientes resultados según su medio de información:



Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

En el gráfico N.º 05, nos da los datos referentes a esta pregunta donde los jóvenes en un 90% menciona que se conocen cada uno de los medios de comunicación, esto a que la gran mayoría por ser jóvenes y el constante interacción con cada medio, mientras que algunos de los jóvenes encuestados mencionaron que si conocen pero sólo especificaron un medio de comunicación como la radio, la televisión y el diario se encuentran representados con el 2% cada uno respectivamente y sólo el 4% respondió que el internet es el medio de comunicación que conoce, si bien el 90% respondió que conoce todos los medio de comunicación

esto se debe de considerar como la masificación y casi la homogenización de los medios de comunicación.

3.2.2.2. ¿De los medios de comunicación mencionados cual emplea cotidianamente para informarse?

CUADRO N° 06
MEDIO DE COMUNICACIÓN QUE EMPLEA PARA INFORMARSE

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	27	24%
Televisión	47	40%
Diario y/o periódico	15	14%
Internet	25	22%
TOTAL	114	100%

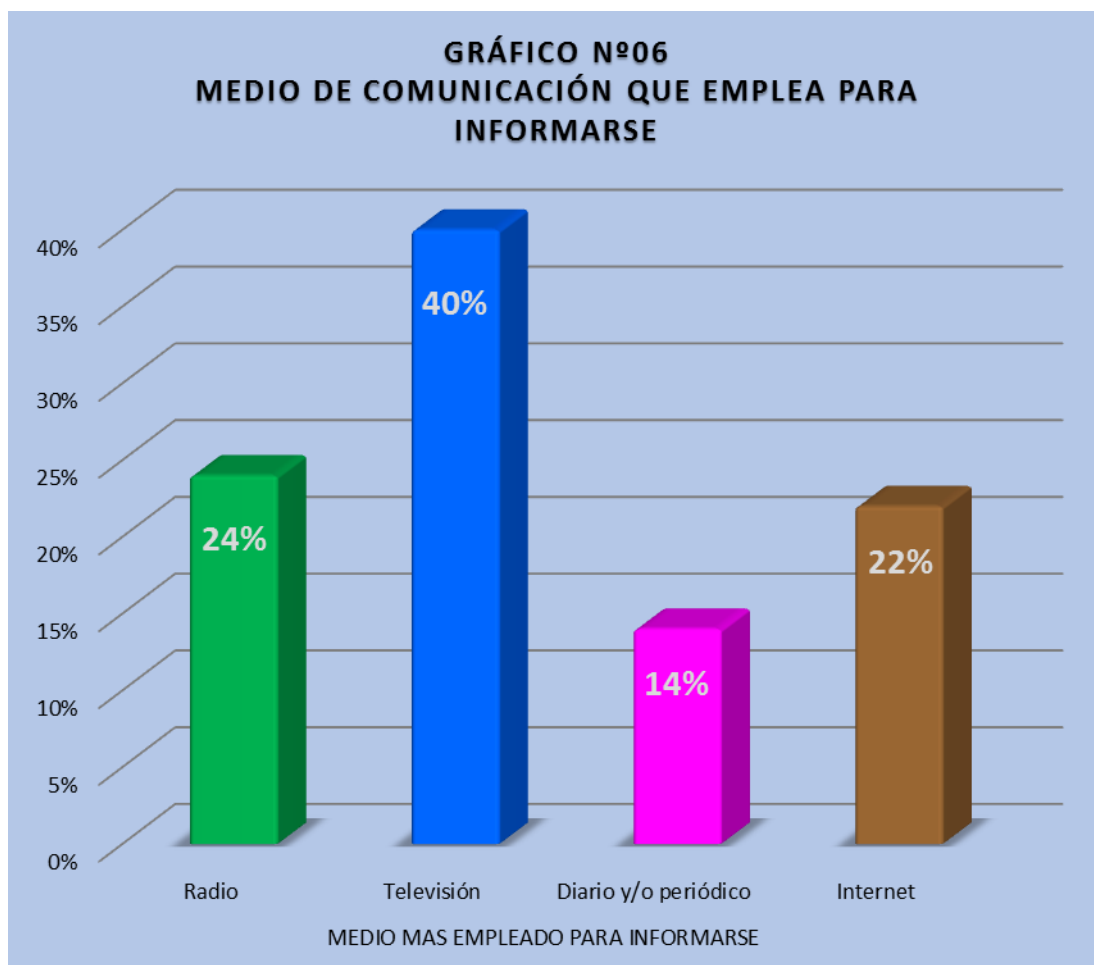
Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

Ante esta interrogante a los jóvenes encuestados se les menciona que deben de marcar una sola alternativa para saber cuál es el medio más empleado por ellos para su información.

Del total de encuestados mencionaron que el medio que más emplean para estar informado es la televisión, con el 40% , a pesar de estar en una época tecnológica con esta pregunta se pudo saber que aún los jóvenes emplean la

televisión como medio de información, con lo cual se han mantenido expectativo sobre las diversas manifestaciones y acontecimientos que se dan en el territorio y el mundo, por otra parte los jóvenes encuestados también manifestaron que la radio es otro de los medios de comunicación que emplean para estar informados del acontecer y la actualidad del acontecer nacional e internacional con un porcentaje del 24% , mientras que el 22% de los encuestados mencionaron que el internet es el medio que les permite estar informado de cada noticia y lo pueden manejar desde sus celulares (smartphone) en el momento que ellos deseen, y finalmente el 14% de los jóvenes encuestados mencionaron que emplean los diarios (más comúnmente conocido como periódico) para estar informado sobre la realidad nacional. s.

Tal como se aprecian en el gráfico N° 06.



Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

Así mismo esta información que se aprecia en el gráfico N°06, deja una interrogante debido a que como se manifestó que como se esta viviendo en una era tecnológica de los artefactos Smart, esto nos hace reflexionar si estos televisores que manifiestan esta población encuestada son de una generación normal de recepción de canales de señal abierta y/o con cable tv; o se encuentran en base a los denominados Smart TV.

3.2.2.3. ¿Qué medios digitales utiliza para informarse?

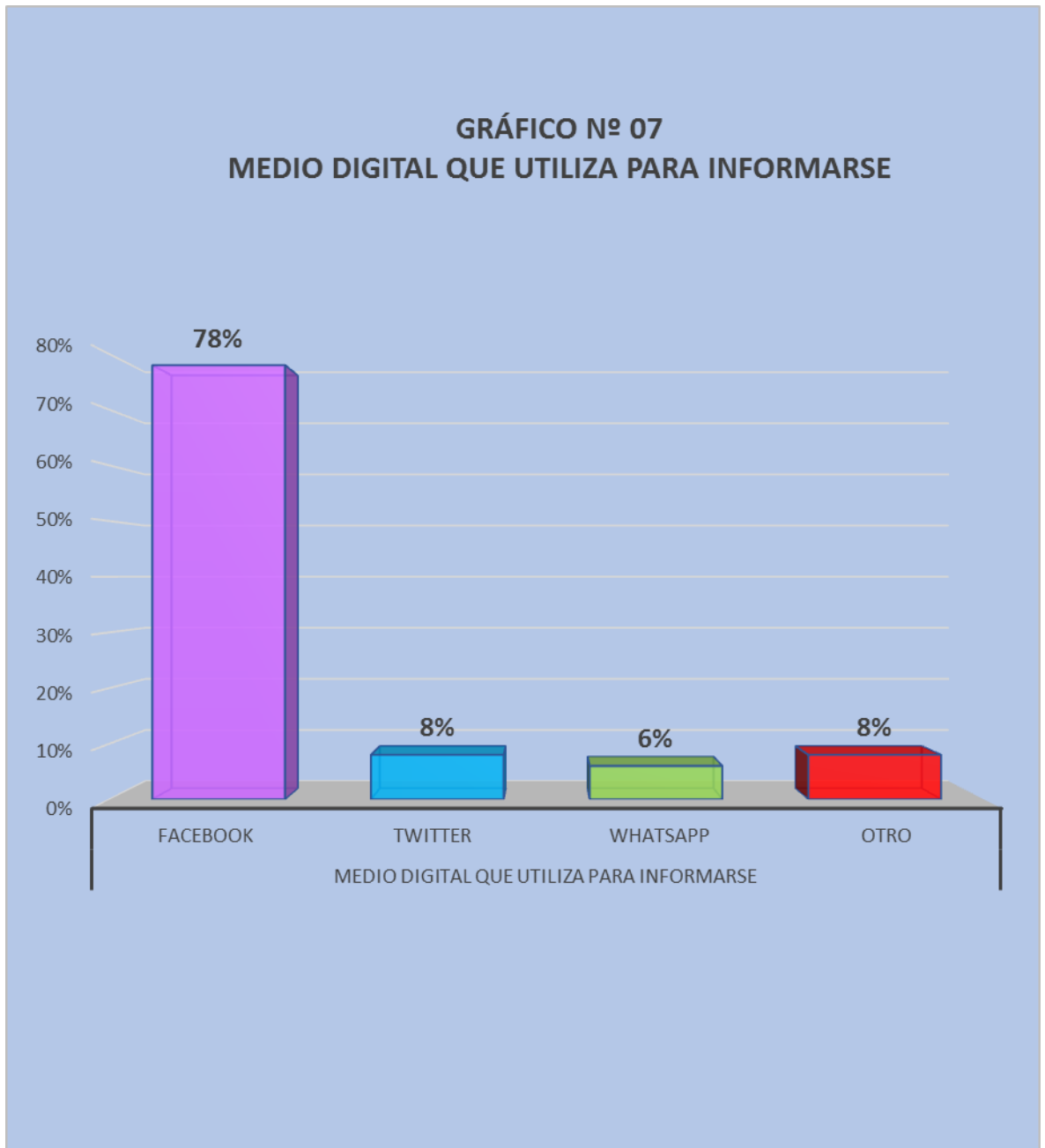
CUADRO N° 07
MEDIO DIGITAL QUE UTILIZA PARA INFORMARSE

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Facebook	89	78%
Twitter	9	8%
WhatsApp	7	6%
Otro	9	8%
TOTAL	114	100%

Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

Los jóvenes encuestados, respondieron ante la interrogante que medio digital utiliza para informarse, el 78% de encuestados manifestaron que emplean el Facebook como medio digital para estar más informado, ya que a la par pueden estar conectados con sus amigos y familiares, esto a consecuencia que como es una red social lo pueden tener en cualquier plataforma digital como su Smartphone, Tablet, pc o cualquier medio digital, el 8% de los jóvenes manifestó que emplean su el Twitter como medio digital, al igual que el 6% que emplea el WhatsApp el cual tiene una tendencia a empoderarse del mercado comunicacional debido a su fácil manejo y por estar al contacto con los jóvenes. Por otra parte, el 8% de la población restante mencionó que emplea otro medio de comunicación como radio online o tv online

para estar informado pero que estos acceden mediante un usuario o el empleo de un programador de área local que tienen que pagar mensualmente.



Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

3.2.2.4. ¿De los medios de comunicación mencionados cual o cuales son los más usados por usted?

**CUADRO N° 08
MEDIO DE COMUNICACIÓN MÁS USADO POR USTED**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Internet	46	40%
Radio	13	12%
Televisión	37	32%
Diario	5	4%
Red Social (Facebook- WhatsApp)	13	12%
TOTAL	114	100%

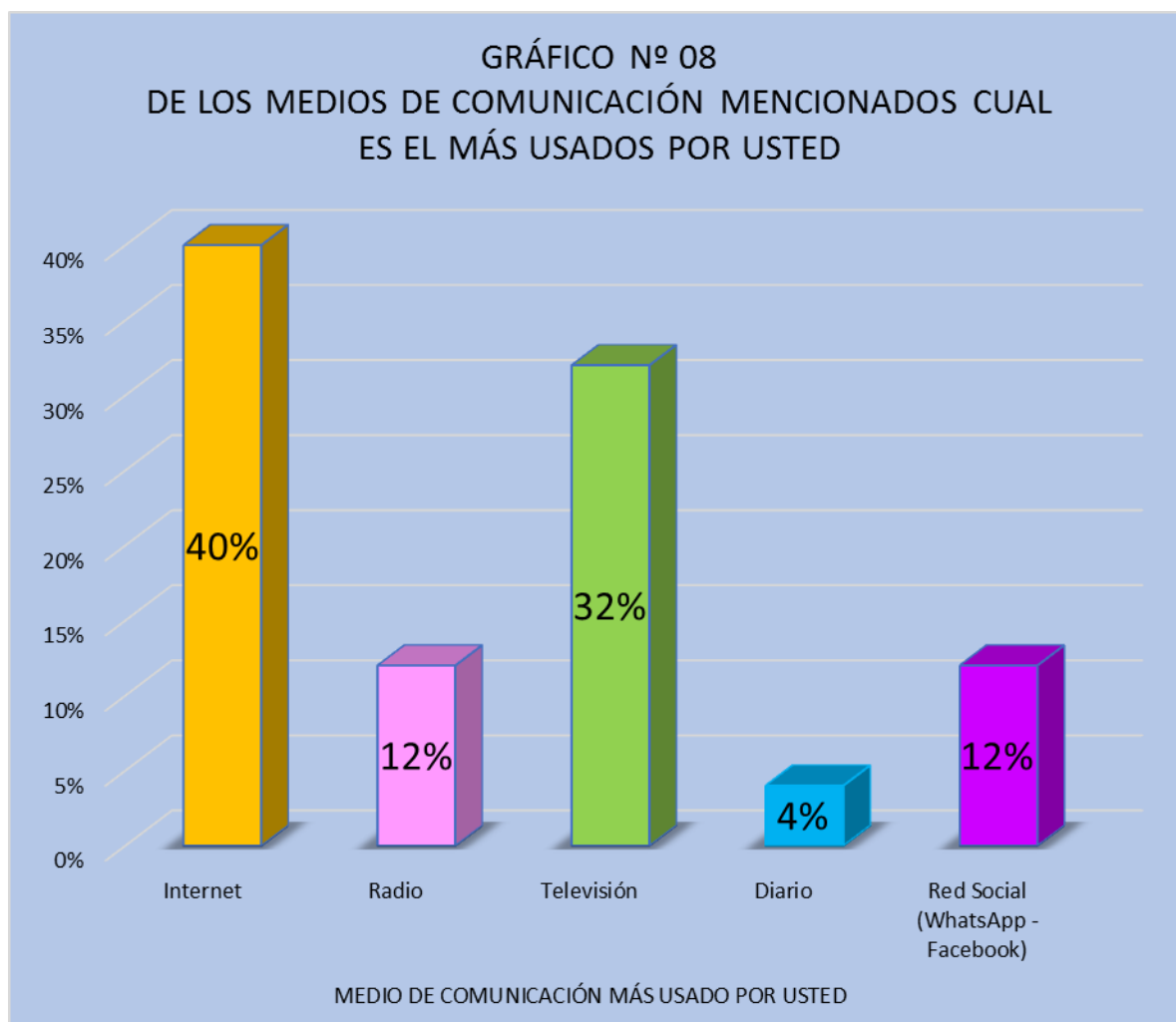
Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

A la interrogante en mención, los jóvenes encuestados, dijeron en un 40% que el medio de comunicación más usado es el internet ya que en la actualidad este medio se puede acceder desde cualquier plataforma comunicacional (Televisión, Tablet, y Smart phone - Celular), ya que los encuestados cuentan con estos artefactos y gracias a la masificación del internet acceden en cualquier momento, así mismo esta pregunta se solidifica ya que este movimiento social “Con Mis Hijos No Te Metas”, su principal medio que empleo fue la red social Facebook el cual se accede mediante el internet y es la Red Social que lidera el espacio cibernético.

Así mismo se encuentra seguido por un medio de comunicación más tradicional como la Televisión, a pesar de que está siendo sustituida por los aparatos

tecnológicos portátiles, este medio de comunicación a logrado adecuarse al cambio tecnológico y con ello poder mantenerse a la vanguardia es por ello que el 32% de los jóvenes encuestados mencionaron que es el segundo medio que usan para mantenerse informado, la radio es uno de los medios que en la actualidad lo emplean las personas mayores, mientras que los jóvenes no acceden mucho a las radios debido a que desde sus Smartphone pueden acceder a escuchar sus músicas preferidas empleando diversas aplicaciones (App) , por lo que solo el 12% de los jóvenes encuestados mencionaron que escuchan la radio como medio que más emplea.

Por otro lado las redes sociales son uno de los medios que se encuentran en un alza gracias a la masificación y su popularidad, aclarando que se tuvo considera a las más populares en nuestra ciudad (Facebook t WhatsApp) con un 12% este medio está siendo usado por los jóvenes encuestados, mientras que el 5% de los jóvenes encuestados mencionaron que de los medios más usados es el diario o periódico, tal como se muestra en el gráfico N° 08.



Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

3.2.3. Rol de los medios de comunicación en la participación ciudadana

En esta sección del instrumento (encuesta) aplicado a los jóvenes pertenecientes a los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la ciudad Huánuco, se emplearon preguntas abiertas y mixtas, referentes al rol que desempeñan los medios de comunicación con el tema en estudio “participación ciudadana en la

marcha Con Mis Hijos No Te Metas” en las cuales se obtuvieron los siguientes datos:

3.2.3.1. ¿Crees que el rol de los medios de comunicación ha ayudado en la participación ciudadana en la marcha Con Mis Hijos No Te Metas?

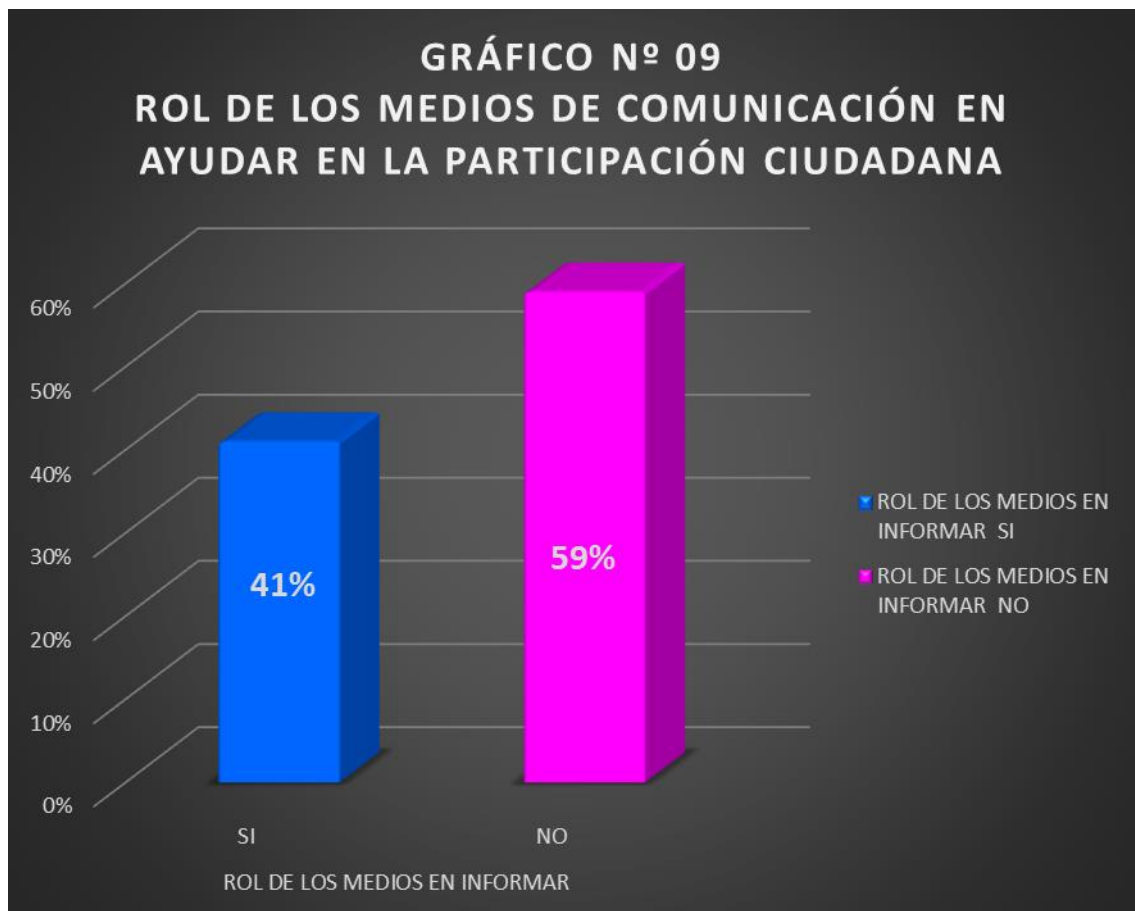
CUADRO N° 09
ROL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN HA AYUDADO EN LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LA MARCHA “CON MIS HIJOS NO TE METAS”

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	47	41%
NO	67	59%
TOTAL	114	100%

Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

Los jóvenes encuestados proporcionaron los siguientes datos con referencia a la pregunta el rol de los medios de comunicación han ayudado con papel informativo para propiciar la participación ciudadana en la marcha “Con Mis Hijos No Te Metas”, donde el 41% de los encuestados manifestaron que los medios de comunicación han tenido un rol importante en dar a conocer a esta marcha y que el medio más protagónico lo desempeño el internet y las redes sociales, mientras que los medios tradicionales como la televisión, la radio y los diarios solo tuvieron un

papel protagónicos aquellos que realmente son independientes, pues no todos los medios de comunicación han tenido un papel protagónico en ayudar en la difusión sobre la participación ciudadana en la marcha “Con Mis Hijos No Te Metas” ya que muchos de estos medios poco o nada les interesa el futuro de la nación y que sólo ven la oportunidad para vender o lucrar con esta noticia, al cual los jóvenes encuestados los tildaron de prensa amarilla a estos medios como “El Comercio” y todo el grupo de los medios que no difundieron.



Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

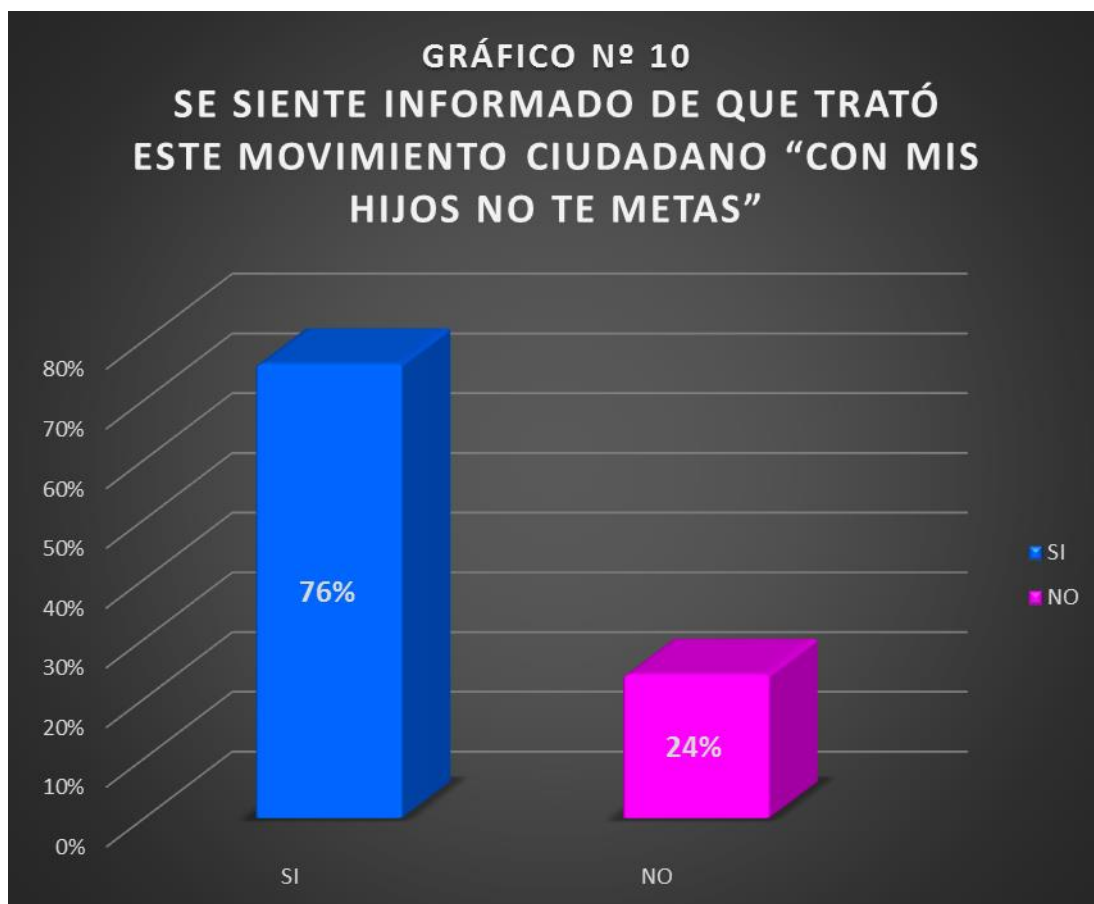
3.2.3.2. Se siente informado de que trató este movimiento ciudadano Con Mis Hijos No Te Metas, ¿Usted se enteró a través de que medio?

**CUADRO N° 10
SE SIENTE INFORMADO DE QUE TRATÓ ESTE MOVIMIENTO
CIUDADANO “CON MIS HIJOS NO TE METAS”**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	87	76%
NO	27	24%
TOTAL	114	100%

Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

En referencia con la pregunta si estaba informado de qué trató el movimiento ciudadano “Con Mis Hijos No Te Metas”, los jóvenes que pertenecen a los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de Huánuco, mencionaron que si se encontraban informados y por ende saben de que trató este movimiento, mencionando que la campaña del movimiento ciudadano “Con Mis Hijos No Te Metas – CMHNTM”, al cual respondieron que si el 76% de los jóvenes encuestados. Mientras que el 24% de los jóvenes encuestados desconocían de que trataba este movimiento ciudadano pero que, si apoyaban, ya que muchos jóvenes de su grupo les informaban de los lugares de concentración para salir por las calles, tal como se muestra en el gráfico N° 10.



Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

Así mismo en la pregunta planteada de existir preguntas afirmativas tenían que contestar **¿A través de que medio se informó?**; Donde los jóvenes dijeron que mediante el internet – Facebook el cual están más ligado para comunicarse.

3.2.3.3. Desde su opinión, cual ha sido el medio más influyente para que usted participe en el movimiento ciudadano “Con Mis Hijos No Te Metas”

En esta pregunta al ser una pregunta abierta se tuvo diversas respuestas por parte de los encuestados, de las cuales primaron las 4 respuestas más repetitivas, teniendo así a la radio, la televisión, el diario/periódico y la internet como respuestas

más resaltantes y con mayor número de encuestas, tal como se aprecia en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 11
MEDIO MÁS INFLUYENTE PARA PARTICIPAR EN EL MOVIMIENTO
CIUDADANO “CON MIS HIJOS NO TE METAS”

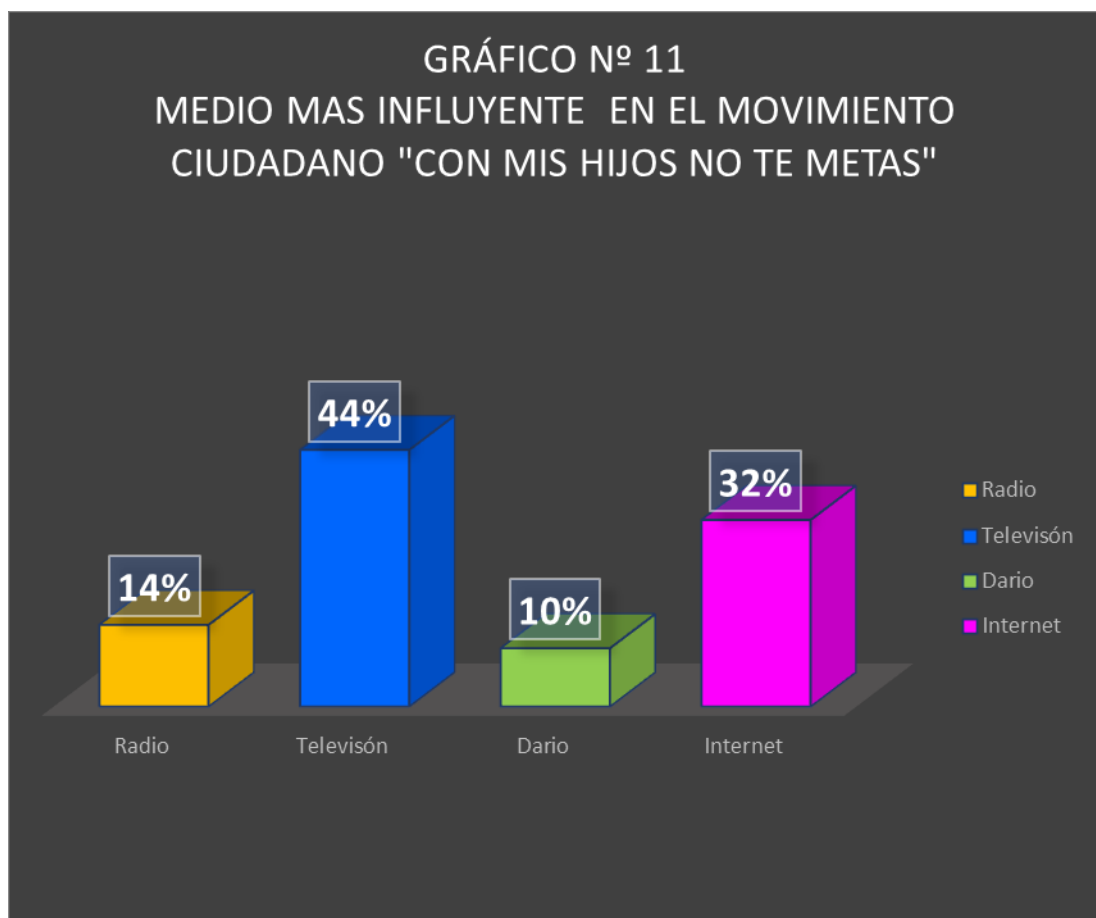
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	87	14%
Televisión	27	44%
Diarios / Periódico		10%
Internet		32%
TOTAL	114	100%

Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

Con las múltiples respuestas que brindaron los jóvenes encuestados se tiene que el 44% de los encuestados mencionan como medio más influyente a la televisión ya que en ella los periodistas con trayectoria han dado sus diversos puntos de vista en pro de este movimiento donde los encuestados dan como ejemplo la figura de Phillip Butters como uno de los personajes más influyentes en la Televisión y la radio “Exitosa”, como también algunos canales de televisión como es el caso de los noticieros de Panamericana Televisión, por otra parte el 14% manifiestan que la radio ha sido uno de los medios más influyentes para propiciar el movimiento y por ende su participación donde ya salen las emisoras del medio local y algunos locutores se han pronunciado sobre este movimiento ciudadano en favor de la niñez del país y de la región. Otro medio con un buen porcentaje de aceptación sigue siendo el internet, pero algunos de ellos manifiestan que son un poco recelosos con lo

que publican ya que no existe un rostro visible de una figura conocida como si lo ven en la televisión.

Finalmente, el 10% de los encuestados respondieron a la pregunta que los diarios y/o periódicos es el medio más influyente en el movimiento ciudadano “Con Mis Hijos No Te Metas”, así mismo esto a que muchos de ellos en sus centros de trabajos o estudios lo han leído en los diversos periódicos, pero de forma efímera lo han dado a conocer, tal como se aprecia en el gráfico N° 11.



Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

3.2.3.4. ¿Sabe usted cual era el objetivo de este movimiento ciudadano

“Con Mis Hijos No Te Metas”

Ante la interrogante los jóvenes en su respuestas dijeron que el objetivo es

reivindicar que no se adoctrine a los niños en los colegios a través de la introducción en las aulas de los postulados de la ideología de género, propuesto por el gobierno impulsado por ejes extranjeros, donde este movimiento ciudadano tiene el respaldo de autoridades católicas, evangélicas, alcaldes, jueces, fiscales y congresistas, donde para veracidad de ellos esta información se encuentra en la página oficial de Facebook “Con mis hijos no te metas PERÚ”.

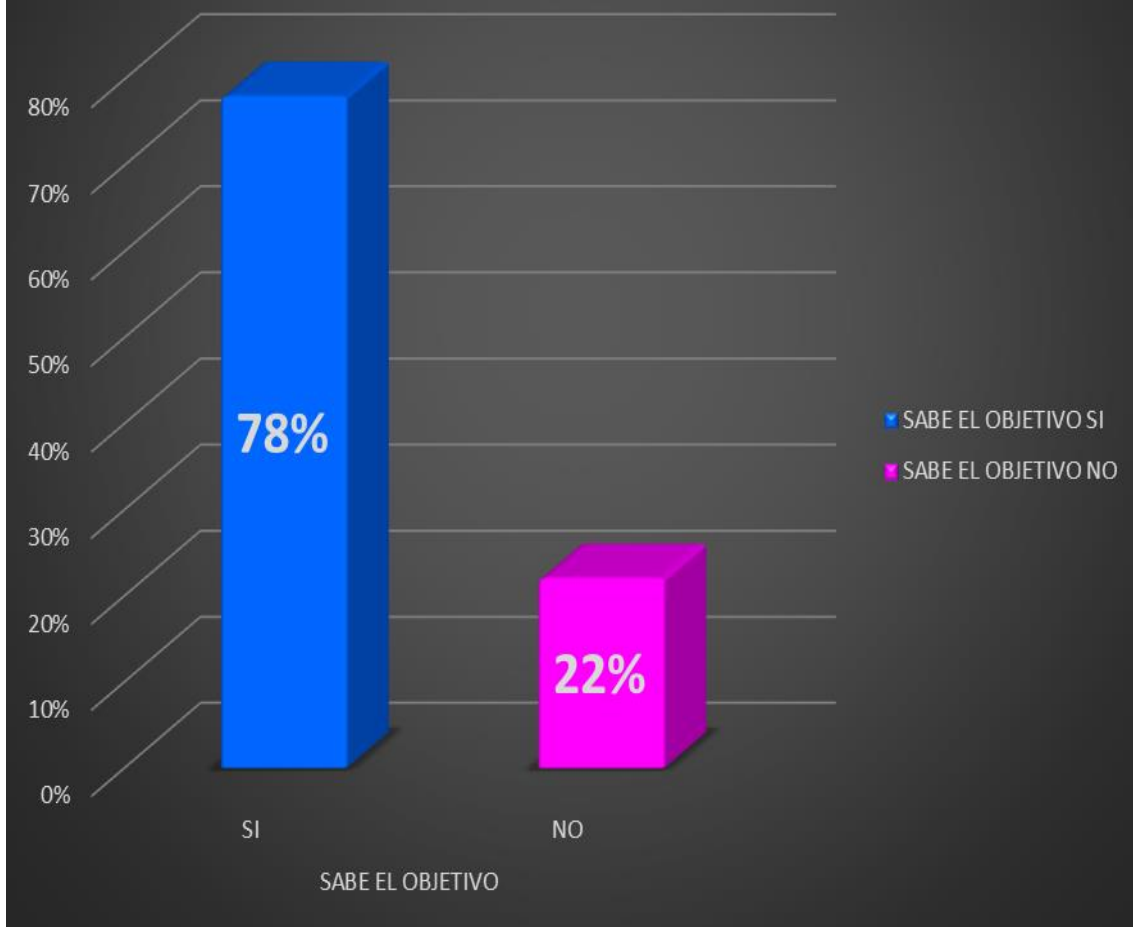
CUADRO N° 12
SABE USTED CUAL ES EL OBJETIVO DEL MOVIMIENTO CIUDADANO
“CON MIS HIJOS NO TE METAS”

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	89	78%
NO	25	22%
TOTAL	114	100%

Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

Por lo que el 78% de los encuestados dieron como respuesta que si conocen el objetivo de este movimiento ciudadano, como se ha detallado líneas arriba, mientras que sólo el 22% de estos encuestados no conoce cual es el objetivo de este movimiento, como se puede apreciar en el gráfico N° 12.

GRÁFICO N° 12
SABE CUAL ERA EL OBJETIVO DEL
MOVIMIENTO CIUDADANO "CON MIS HIJOS
NO TE METAS"



Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias católicas de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

3.2.3.5. ¿Usted participó por iniciativa propia o por moda que los medios de comunicación informaban del movimiento ciudadano “Con Mis Hijos No Te Metas”

Ante la interrogante más de la mitad de los jóvenes encuestados manifestaron que participaron de forma consciente, es decir por iniciativa propia en el movimiento ciudadano “Con Mis Hijos No Te Metas” ya que conocían cual era el objetivo de este movimiento y también estaban informados por los medios de comunicación, tal como se aprecia en el cuadro N° 13.

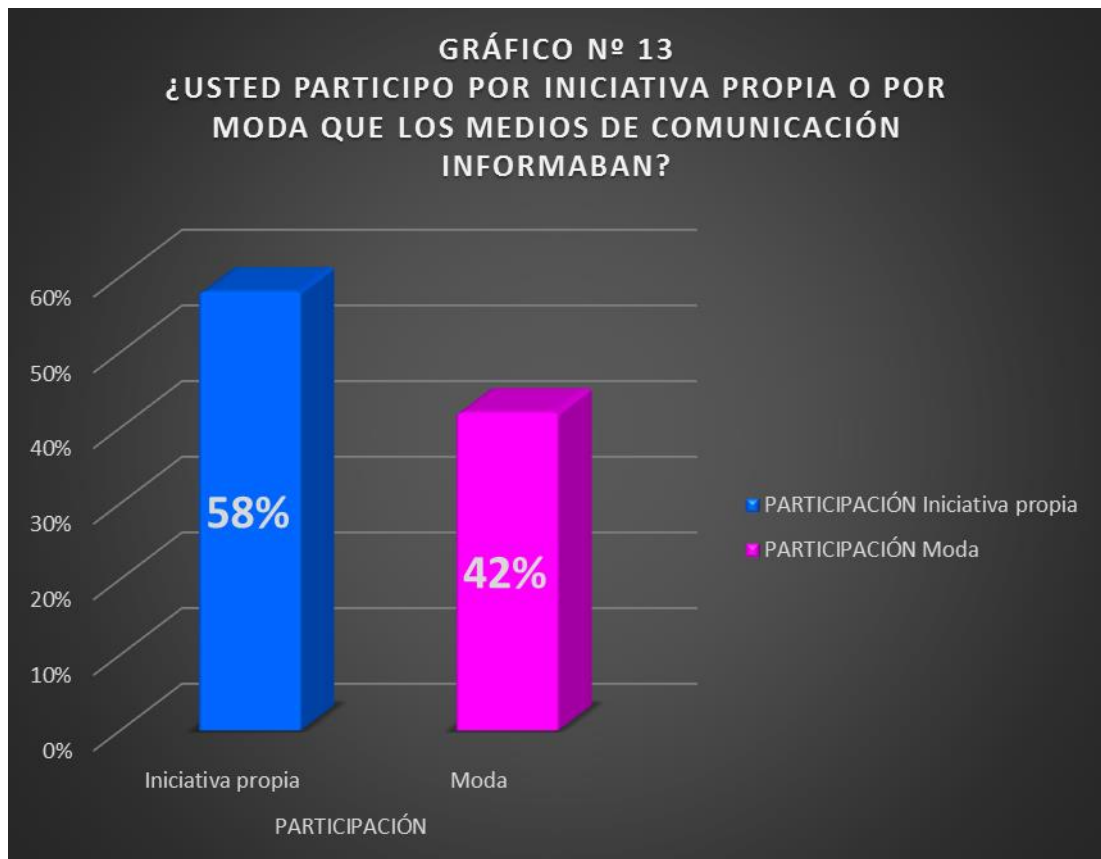
**CUADRO N° 13
USTED PARTICIPÓ POR INICIATIVA PROPIA O POR MODA QUE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN INFORMABAN DEL MOVIMIENTO CIUDADANO “CON MIS HIJOS NO TE METAS”**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Iniciativa propia	66	58%
Moda	48	42%
TOTAL	114	100%

Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

Así mismo, los jóvenes encuestados manifestaron que esta decisión fue por iniciativa propia reflejándose en un 58% de los jóvenes encuestados, mientras que el 42% de los jóvenes encuestados participaron en este movimiento ciudadano por “moda” ya que todos los medios de comunicación comentaban de este movimiento ciudadano “Con Mis Hijos No Te Metas” y mostraban las imágenes de como

poblaciones de otras ciudades salían a marchar manifestando su sentir y defendían su posición como ciudadanos, por lo que estos jóvenes también se sumaron pero por moda popular, estos datos se puede apreciar en el gráfico N° 13.



Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

3.2.3.6. ¿Qué se debe de mejorar en los medios de comunicación para una buena difusión del movimiento ciudadano “Con Mis Hijos No Te Metas”?

A pesar de ser una población joven, y por estar inmersos a un mundo de la información a la mano, un porcentaje de ellos son conscientes con sus respuestas y

otros aun más como la de opinar de que los medios de comunicación deben de permanecer imparciales al brindar la información o mantenerse alejados de una prensa mercantilista -consumista.

CUADRO N° 14
QUÉ SE DEBE DE MEJORAR EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA
UNA BUENA INFORMACIÓN DEL MOVIMIENTO CIUDADANO “CON
MIS HIJOS NO TE METAS”

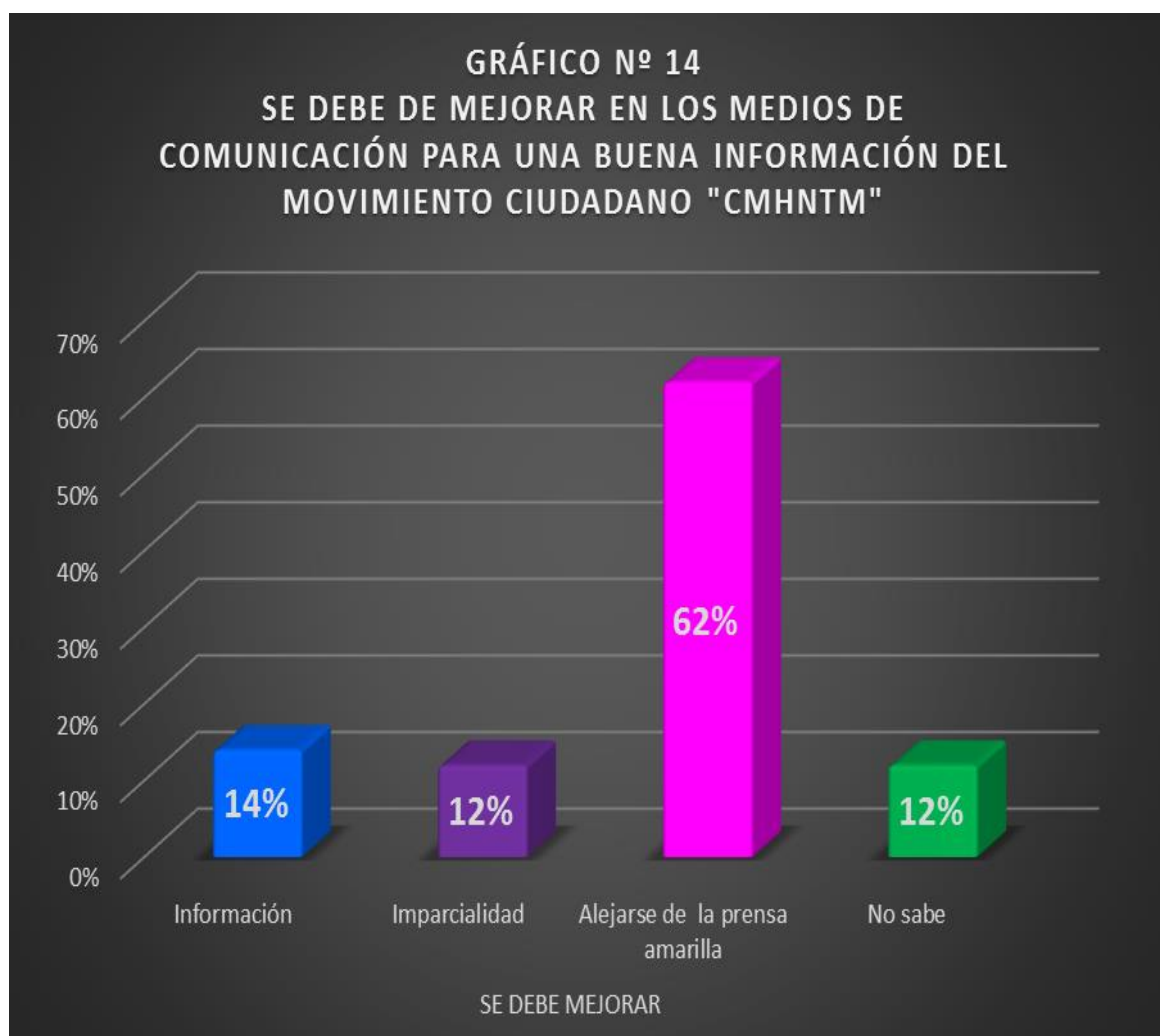
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Información	16	14%
Imparcialidad	14	12%
Alejarse de la prensa amarilla	70	62%
No sabe	14	12%
TOTAL	114	100%

Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

Referente a la interrogante el 14% de jóvenes encuestados manifestaron los medios de comunicación deben de mejorar la información que se brinda referente a movimiento ciudadano “Con Mis Hijos No Te Metas”, el 12% manifestó que los medios de comunicación deben de ser más imparciales en sus programas e información, por otra parte la mayoría de los jóvenes encuestados representados por el 62% , respondieron que los medios de comunicación deben de tener un perfil y no entrar a ser parte de una prensa amarilla sensacionalista (alejarse de ella) ya que estos

medios (prensa amarilla) sólo busca su propio beneficio y lucro con sus espacios televisivos y radiales.

Mientras que finalmente el otro 12% de jóvenes encuestados respondió que no sabía o desconocía que se debe mejorar en los medios de comunicación. Estos datos se pueden apreciar en el gráfico N° 14.



Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

3.2.3.7. ¿Conoces sobre otros temas que defendía el movimiento ciudadano “Con Mis Hijos No Te Metas”?

Ante la interrogante planteada a los jóvenes que integran los grupos juveniles de las diversas iglesias y/o parroquias de Huánuco, respondieron una poco más de la mitad que si conocían otros temas que defiende el movimiento ciudadano “Con Mis Hijos No Te Metas”, ya que se han informado a través de su página oficial del internet, donde tienen diversos hashtag como: #ConMisHijosNoTeMetas; #ProhibidoRendirse; #GéneroNuncaMás.

CUADRO N° 15
CONOCES SOBRE OTROS TEMAS QUE DEFIENDÍA EL MOVIMIENTO
CIUDADANO “CON MIS HIJOS NO TE METAS”

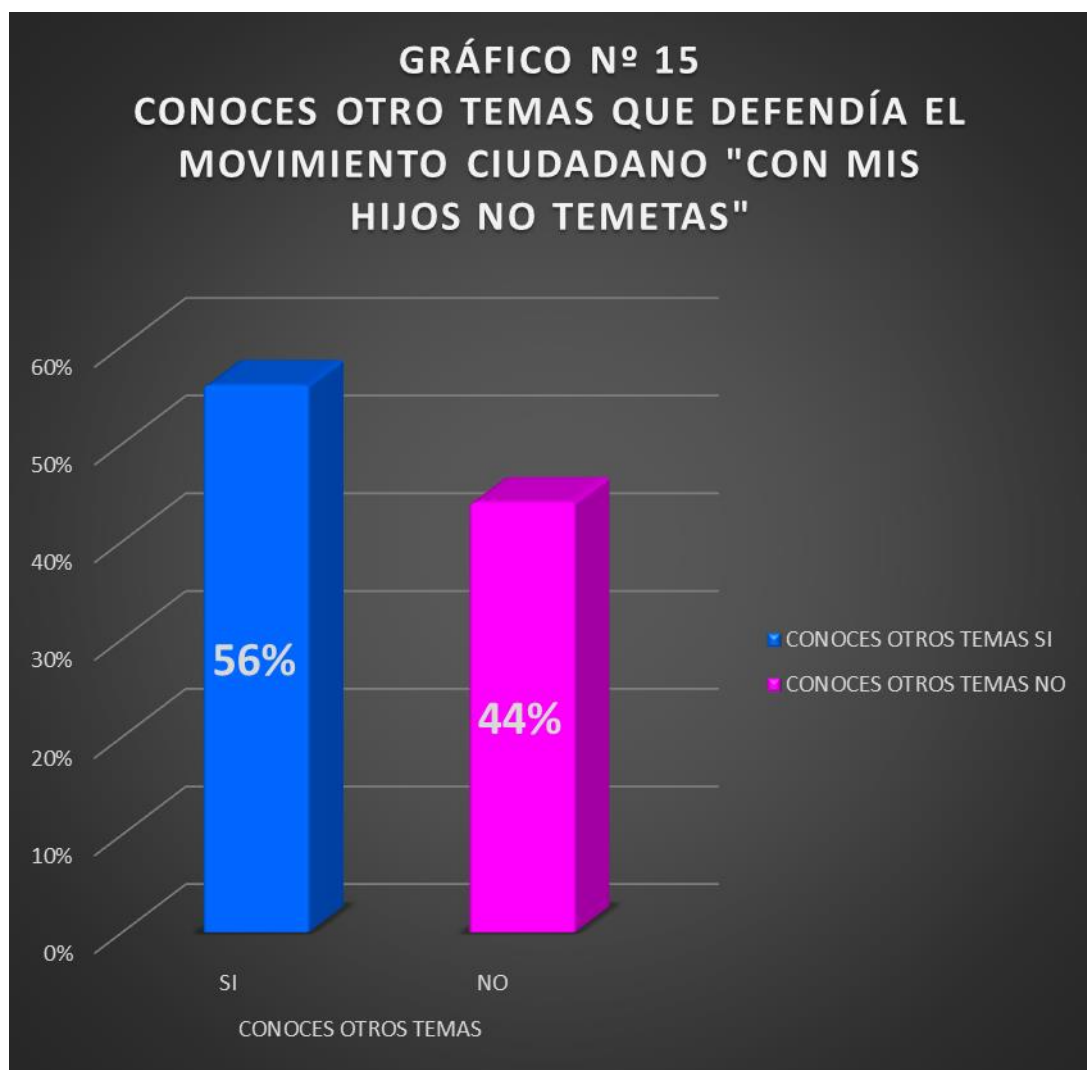
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	64	56%
NO	50	44%
TOTAL	114	100%

Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

Por lo que se obtuvo los siguientes resultados que el 56% si conoce sobre otros temas que defiende este movimiento ciudadano “Con Mis Hijos No Te Metas” el cual es un movimiento que se encuentra en 6 países donde 5 de ellos pertenecen a Sudamérica y tienen vigencia ya que en estos se trata de implantar una ideología de

género, así mismo busca la erradicación de muertes a causa de violencia, el maltrato infantil entre otros.

Mientras que el 44% manifestó que desconocía de que otros temas más defiende este movimiento ciudadano, y solo tiene sabe sobre la defensa de la lucha contra la ideología de género, como se aprecia estos datos en el gráfico N° 15 de esta tesis.



Fuente: Encuesta aplicada los grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la Ciudad de Huánuco (Anexo 04)

CONCLUSIONES

1. La participación de los grupos o colectivos juveniles se ven influenciados por los medios de comunicación, donde este movimiento ciudadano “Con Mis Hijos No Te Metas”, ha tenido gran participación, gracias a los diversos medios de comunicación que dieron a conocer su objetivo, donde se albergó a políticos, sacerdotes de la iglesia católica, pastores evangélicos y junto a ellos la sociedad civil en defensa de su objetivo: la no implantación de la ideología de género en la educación peruana.
2. Se comprobó que los medios de comunicación si tienen influencia en la generación de participación en los movimientos ciudadanos y como estos influyen en los diversos grupos juveniles de las iglesias y/o parroquias de la ciudad. Donde las diversas figuras representativas de estos medios pueden influir consciente o inconscientemente.
3. Los jóvenes a pesar de estar en una era tecnológica donde el internet crece y se empodera cada día de los espacios de comunicación, estos jóvenes buscan la

información en medios tradicionales como la Televisión, la Radio y los periódicos para tener una información y opinión más relevante, y no se dejan influir mucho por lo que encuentran en las redes sociales e internet.

4. Despejar toda información sensacionalista (prensa amarilla) de los medios de comunicación y poner al servicio de la ciudadanía una correcta información en cada esfera de los medios comunicacionales (prensa escrita, radio, televisión e internet) con la finalidad de empoderar a los ciudadanos de los diferentes estratos sociales y sean estos mismos propiciadores de su defensa.

SUGERENCIAS

1. Promover la participación ciudadana y principalmente de los jóvenes en cada espacio decisivo de su presente y futuro en el cual no se debe dejar de influenciar por entes ajenos a su realidad.
2. Promocionar una información real a través de los medios de comunicación de cada adecuación cultural que se quiere implantar a nuestro sistema educativo o sociedad y buscar las mejores alternativas y estrategias para que la información llegue hasta los últimos confines de nuestra región y que nuestra ciudad, desterrando el sensacionalismo.
3. Buscar estrategias comunicacionales que acorten la brecha entre el público y los medios de comunicación, por ello es necesario incorporar espacios relevantes en cada medio de comunicación para que sean promotores de identidad y valoren el respeto a la vida, para lograr la captación oportuna de los miles de lectores, oyentes, y televidentes en una era tecnológica.

BIBLIOGRAFÍA

- BESSETTE, Guy 2008 “La comunicación participativa para el desarrollo” En GUMUCIO, Alfonso y TUFLE, Thomas. Antología de la comunicación para el cambio social. La Paz: Editorial Plural.
- CARDOSO, Gustavo. (2008). Los Medios de Comunicación como Filtros, Escaparates y Noticias. Barcelona, UOC.
[[http://www.ucentral.edu.co/NOMADAS/nunme-ante/26-30/28/9-INTERNET %20SILVIA.pdf](http://www.ucentral.edu.co/NOMADAS/nunme-ante/26-30/28/9-INTERNET%20SILVIA.pdf)].
- CASTELLS, Manuel. (1996). The rise of network society. Oxford, Blackwell (1999). Internet y la sociedad de red. Disponible en: [http://vetrunbe.net/textos/IOP_Castells_Internetylasociedadadred.pdf].
- CONTRERAS, Adalid. 1999 “Una comunicación con altura: una estrategia de comunicación para la ciudad de La Paz”. En CARRIÓN, Fernando y FAO 2006 Participación y comunicación en el esquema del Ordenamiento Territorial Rural. Chile: FAO-RLC.

- GUMUCIO, Alfonso y TUFLE, Thomas. 2008. Antología de la comunicación para el cambio social. La Paz: Editorial Plural.
- WOLLRAD, Dörte. La ciudad, escenario de comunicación. Ecuador: FLACSO
- JAVALOY, F., ESPELT, E. y CORNEJO, J. M. (2001). Internet y movimientos sociales. Un enfoque psicosocial. Anuario de Psicología. 32, 31-37.
- LAGO MARTINEZ, Silvia. (2005). Los movimientos sociales alter mundialización y el activismo en Internet. Ponencia presentada en el III Congreso Panamericano de Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Buenos Aires. (2006). La intervención política de los movimientos sociales en la sociedad de la información. Razón y Palabra, N° 52. [<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n52/39Lago.pdf>].
- LAGO MARTINEZ, Silvia. (2006). Movimientos sociales en la sociedad de la información, en Revista Encrucijadas, n°37, Universidad de Buenos Aires.

LAGO MARTINEZ, Silvia. (2008). Internet y cultura digital: la intervención política militantes.

- LÓPEZ, Sinesio. (1997). Ciudadanos reales e imaginarios: concepciones, desarrollo y mapa de la ciudadanía en el Perú. Lima: Instituto de Diálogo y Propuestas.
- MAROTIAS, Ana y MAROTIAS, Laura. (2006). Los Movimientos Sociales en Internet: Las Campañas contra el ALCA en Razón y Palabra, nº54.
- NEGRI, Antonio y HARDT, Michael. (2002). Imperio. Barcelona, Paidós.
- PANFICHI, Aldo. (2007). Participación ciudadana en el Perú: disputas, confluencias y tensiones. Lima: PUCP. Fondo Editorial.
- Portal Europeo de la Juventud: Información y oportunidades para los jóvenes en Europa. Recuperado el 28 de abril del 2018, Disponible en: http://europa.eu/youth/es/article/50/23897_es
- REMY, María Isabel 2005. Sociedad civil, participación ciudadana y desarrollo. Lima: [s.n.]
- TARROW, Sidney. (1994, 1997). El poder en Movimiento. Madrid, Alianza.

- (2002) The New Transnational Contention: Organizations, Coalitions, Mechanisms, paper prepared for presentation at the panel “Social Movements and Transnational Social Movements”, Apsa Annual Meeting.
- WOLTON, Dominique 2006 Salvemos la comunicación: aldea global y cultura. Una defensa de los valores democráticos y la cohabitación mundial. Barcelona: Gedisa.
- [www. Perú21.com.pe//con mis hijos no te metas](http://www.Perú21.com.pe//con mis hijos no te metas)

ANEXOS

ANEXO 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN

Nombre de los investigadores: Bach. Shelsi Cotrina E.; Bach. Fresia Trujillo A.; Bach. Oscar Reyes C

Título de la Investigación: “EFECTIVIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA PARTICIPACIÓN SOCIAL (MOVIMIENTOS CIUDADANOS) “CON MIS HIJOS NO TE METAS” EN LOS GRUPOS JUVENILES DE LA IGLESIA CATÓLICA DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO PERIODO 2017”.

FORMULACION DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES
¿Cuál es el efecto de los Medios de Comunicación y el Movimiento Ciudadano “CMHNTM” en la participación de los grupos juveniles de las Parroquias Católicas de la ciudad de Huánuco en el periodo 2017?	Evaluar los efectos de los medios de Comunicación y el movimiento ciudadano “CMHNT” en la participación de los grupos juveniles de las parroquias católicas de la ciudad de Huánuco 2017.	Con un adecuado uso de los medios de Comunicación ENTONCES tendremos un efecto significativo en la participación de los grupos juveniles católicas en los colectivos sociales de la Ciudad de Huánuco.	Medios de Comunicación Participación de los grupos juveniles de las parroquias católicas. Movimiento ciudadano	Estrategias empleadas Radio, Tv, Prensa escrita – Boletines Recursos Humanos (personal) Recursos Financieros (presupuesto)
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Sub variables	Sub indicadores
• ¿Cuál es el efecto de los medios de comunicación en la participación de los grupos juveniles de las parroquias católicas?	Determinar el efecto de los medios de Comunicación en la participación de los grupos juveniles de las parroquias católicas.	Con adecuadas estrategias comunicacionales se logra la participación de los grupos juveniles en los colectivos sociales.	a). Espacios televisivos b). Espacios radiales c). Afiches publicitarios	a.1) Noticieros televisivos a.2) publicidad televisiva b.1) Noticieros radiales. b.2) Publicidad radial c.1) Afiches publicitarios

				c.2) Pintas de fachadas
<p>• ¿Cuál es el efecto de la campaña CMHNTM en la participación de los grupos juveniles de las parroquias católicas?</p>	<p><i>Evaluar el efecto de la campaña CMHNTM en la participación de los grupos juveniles de las parroquias católicas.</i></p>	<p><i>El adecuado uso de la comunicación organizacional hizo efectivo el éxito de la campaña CMHNTM 2017.</i></p>	<p>Nº de Estrategias (Publicidad)</p> <p>Aceptación poblacional</p> <p>Participación masiva de los grupos juveniles de las parroquias católicas.</p>	<p><i>Nº de propagandas televisiva, radial, folletería</i></p> <p><i>Nº participantes en cada manifestación</i></p>
TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACION	POBLACION, MUESTRA	DISEÑO DE INVESTIGACION	TECNICAS DE RECOLECCION DE INFORMACION	INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACION
<p>1. Tipo de investigación</p> <p>Investigación no experimental descriptivo según la temporalización: El propósito de este método es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Contexto donde la participación ciudadana toma relevancia en su participación influenciado por el rol de los medios de comunicación, Según H. Sampieri. (2010)</p> <p>2. Nivel de investigación</p> <p>Método transversal: Es el diseño de investigación que recolecta datos de un solo momento y en un tiempo único, porque se describirá la variable independiente (rol de los medios de comunicación)</p>	<p>Población y Muestra</p> <p>Constituida por los grupos juveniles de las iglesias católicas ciudad de Huánuco.</p> <p>Población total: grupos juveniles de las 8 parroquias católicas Huánuco, el cual conforman 544 jóvenes.</p> $\frac{z^2 p q N}{E^2 (N-1) + z^2 p q}$ <p>n = ¿? z = (1,96)² N = 544 P = 0.5</p>	<p>Tipo de diseño</p> <p>Transversales Correlacionales: se encargan de describir relaciones entre dos o más variables en un momento determinado.</p> <p>Técnicas estadísticas</p>	<p>Técnicas bibliográficas</p> <p>Análisis de contenido</p>	<p>Instrumentos:</p> <p>Ficha de investigación o de contenido: Fichas de transcripción, ficha de resumen, fichas de comentario.</p> <p>Fichas de localización: autor, año, título, edición, editorial, lugar de publicación y paginación.</p>

<p>y se mediera la variable dependiente (participación de <i>los grupos juveniles de las parroquias católicas</i>) y se comparará con un testigo (absoluto). Sustentado en Hernández (2004: 188-189) quien indica que el experimento se refiere a un estudio en el que se manipulan intencionalmente una o más variables independientes (supuestas causas ...) para analizar las consecuencias que las variables..., dentro de una situación de control para el investigador.</p>	<p>Q = 0.5 E² = 0.07</p> <p>La muestra será de 114.</p> <p>n = 114</p> <p>Tipo de muestreo</p> <p>Aleatorio, porque cualquier de <i>los grupos juveniles de las 8 parroquias católicas</i> será encuestado para medir el impacto del rol de los Medios de Comunicación en la participación de <i>los grupos juveniles de las iglesias católicas</i> en el Movimiento ciudadano CMHNTM.</p>	<p>La visualización de los datos es de lejos una de las técnicas de análisis de datos más demandada y apreciada a día de hoy por lo fácil que resulta a través de un gráfico o imagen detectar patrones en los datos. Es especialmente útil cuando buscamos entender grandes volúmenes de datos de forma rápida y simplificada.</p> <p>Para el procesamiento de los datos se utilizará el programa de computación SPSS 24.0., para la presentación de los datos serán en tablas analizados estadísticamente. Representados en figuras en forma de pasteles.</p>	<p>Fichaje</p> <p>Técnicas de campo</p> <p>La encuesta Entrevista La observación</p>	<p>Instrumentos</p> <p>El Cuestionario Guía de Entrevista Guía de observación o diario de campo</p>
---	---	---	---	--

* CMHNTM: "MOVIMIENTO CIUDADANO "Con Mis Hijos No Te Metas"

ANEXO 02

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Los investigadores Bach. Shelsi Cotrina E.; Bach. Fresia Trujillo A.; Bach. Oscar Reyes C.; de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán Medrano” – Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, están realizando un estudio Transversal cualitativo titulado: *“Efectividad de los Medios de Comunicación en la participación social (Movimientos Ciudadanos) “Con mis Hijos No Te Metas” en los grupos juveniles de la iglesia católicas de la ciudad de Huánuco periodo 2017”*

YO _____ DNI: _____

Nacionalidad _____ Domicilio: _____

Siendo mayor de 18 años en uso de mis facultades mentales y sin que medie coacción ni violencia alguna, en completo conocimiento de la naturaleza, duración, propósito relacionado con el presente estudio, declaro mediante la presente:

1. Haber sido informado de manera clara y sencilla por parte del investigador de todos los aspectos relacionados al trabajo de Investigación cualitativa titulada: *“Efectividad de los Medios de Comunicación en la participación social (Movimientos Ciudadanos) “Con mis Hijos No Te Metas” en los grupos juveniles de la iglesia Católica de la ciudad de Huánuco periodo 2017”*. Tener conocimiento claro que el objetivo fundamental del estudio es determinar cuál es el rol de los medios de comunicación en generar la participación de los grupos juveniles pertenecientes a la iglesia católica con respecto al movimiento ciudadano “CMHNTM” en la ciudad de Huánuco.
2. Haber sido informado que mi participación en el trabajo de investigación consiste en: Contar sobre mi vivencia a través de una serie de preguntas elaboradas por las investigadoras.
3. Que los datos obtenidos mediante la entrevista, así como la información que suministre el equipo será únicamente para determinar las acciones del rol de los medios de comunicación para el lograr la participación de los grupos juveniles en el movimiento ciudadano “CMHNTM”.
4. Que los investigadores me han garantizado confidencialidad relacionada tanto a mi identidad como de cualquier información relativa a mi persona a la que tengan acceso por concepto de mi participación en el proyecto antes mencionado.
5. Que estoy de acuerdo que los resultados obtenidos en el presente estudio sean usados para fines académicos.
6. Que mi participación en dicho estudio no implica riesgo ni inconveniente alguna para mi salud.
7. Cualquier pregunta que yo tenga en relación al estudio, me será respondido oportunamente por el equipo de investigación.
8. Bajo ningún concepto se me ha ofrecido ni pretendido recibir algún beneficio de tipo económico producto de los hallazgos de dicha investigación.
9. Que los resultados de la entrevista me serán entregados oportunamente junto a una serie de recomendaciones.

DECLARACIÓN DEL VOLUNTARIO:

Luego de haber leído, comprendido y recibido las respuestas a mis preguntas con respecto a este formato de consentimiento informado y por cuanto a mi participación en este estudio es totalmente voluntaria.

- Aceptar las condiciones estipuladas en el mismo y a la vez autorizar a los investigadores de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán Medrano” – Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, para la recolección de datos mediante sus encuestas.
- Reservarme el derecho de revocar esta autorización, así como mi participación en el proyecto en cualquier momento sin que ello conlleve algún tipo de consecuencia negativa para mi persona.

Firma del voluntario: _____

Nombres: _____

DNI: _____

Lugar: _____

Fecha: _____

DECLARACIÓN DE LAS INVESTIGADOR:

Después de haber explicado objetiva y detalladamente la naturaleza del estudio de investigación al voluntario. Certifico mediante la presente que, a nuestro leal saber, el sujeto que firma este formulario de consentimiento comprende la naturaleza, requerimientos, riesgos y beneficios de la participación en este estudio. Ningún problema de índole médica, de idioma o de instrucción ha impedido al sujeto tener una clara comprensión de su compromiso con este estudio.

Firma del Investigador: _____

Nombres: _____

DNI: _____

Lugar: _____

Fecha: _____

Huánuco, de 2018.

ANEXO 03

COMPROMISO DE CONFIDENCIALIDAD

Yo, como responsable de la presente investigación, mantendré bajo reserva y no podré propagar, difundir o usar en beneficio propio o de terceros la totalidad o parte de cualquier dato o información considerada en esta investigación.

Los datos que se obtengan a lo largo del presente estudio son totalmente confidenciales, de modo que solo se emplearán para cumplir los objetivos antes descritos. Con el fin de garantizar la fiabilidad de los datos recogidos en este estudio, será preciso que los responsables de la investigación y, eventualmente, los grupos juveniles católicos en estudio tengan acceso a los instrumentos que se va aplicar comprometiéndose a la más estricta confidencialidad.

En concordancia con los principios de seguridad y confidencialidad, los datos personales que se le requieren (características generales) son los necesarios para cubrir los objetivos del estudio. En ninguno de los informes del estudio aparecerá su nombre y su identidad no será revelada a persona alguna salvo para cumplir los fines del estudio.

Cualquier información de carácter personal que pueda ser identificable será conservada y procesada por medios informáticos en condiciones de seguridad, con el objetivo de determinar los resultados del estudio.

El acceso a dicha información quedará restringido al personal designado al efecto o a otro personal autorizado que estará obligado a mantener la confidencialidad de la información. Los resultados del estudio podrán ser comunicados a las autoridades y, eventualmente, a la comunidad científica a través de congresos y/o publicaciones.

De acuerdo con las normas éticas de investigación, usted tiene derecho al acceso a sus datos personales; asimismo, si está justificado, tiene derecho a su rectificación y cancelación.

Bach. SHELSI COTRINA E.
**Responsable de la
investigación**

Bach. FRESIA TRUJILLO A
**Responsable de la
investigación**

Bach. OSCAR REYES C
**Responsable de la
investigación**

Código:

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN MEDRANO
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
ANEXO 04

**ENCUESTA A PROFUNDIDAD APLICADO A LOS JÓVENES DE LOS GRUPOS DE LAS
 PARROQUIAS DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO**

1. TITULO DE INVESTIGACION:

“Efectividad de los Medios de Comunicación en la participación social (Movimientos Ciudadanos) “Con mis Hijos No Te Metas” en los grupos juveniles de la iglesia Católica de la ciudad de Huánuco periodo 2017”

Instrucciones: Estimado(a) Joven, a continuación, le haremos algunas preguntas relacionado a rol de los medios de comunicación en la participación de los jóvenes en referencia al movimiento ciudadano “Con Mis Hijos No Te Metas”, para el efecto sírvase contestar con la respuesta que crea conveniente cuando le formulamos la pregunta. Si no nos comprende le volveremos a repetir la pregunta. No dude en preguntarnos nuevamente. Le comunicamos que el cuestionario es anónimo y la información obtenida será manejada con estricta confidencialidad, por lo tanto, le agradeceremos se sirva contestar con la veracidad del caso.

GRACIAS.

I. DATOS GENERALES:

- 1) ¿Cuántos años tienes? _____
- 2) ¿Desde qué edad participas en el grupo de la parroquia? _____
- 3) ¿Cómo se denomina tu grupo juvenil y tu iglesia /parroquia?

- 4) ¿Qué grado de instrucción tienes?
 a) Primaria ()
 b) Secundaria ()
 c) Técnico ()
 d) Universitario ()
 e) Profesional ()
 f) Otro:

II. DATOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN:

1. Conoce usted los medios de comunicación:

- a) Radio ()
- b) Televisión ()
- c) Diarios y/o periódico ()
- d) Internet ()

2. De los medios de comunicación mencionados cual emplea cotidianamente para informarse:

- a) Radio ()
- b) Televisión ()
- c) Diarios y/o periódico ()
- d) Internet ()

3. Que medios digitales utiliza para informarse:

- a) Facebook ()
- b) Twitter ()
- c) WhatsApp ()
- d) Otro: _____

4. De los medios de comunicación mencionados cual o cuales son los más usados por usted:

III. ROL DE LOS MEDIOS COMUNICACIÓN EN LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA:

1. ¿Cree que el rol de los medios de comunicación ha ayudado en la participación ciudadana en la marcha Con Mis Hijos No Te Metas?

- i. Sí
- ii. No

Si su respuesta es afirmativa, ¿Por qué?:

2. Se siente informado de que trato este movimiento ciudadano Con Mis Hijos No Te Metas, ¿Usted se enteró a través de que medio?

- a) Sí
- b) No

Si su respuesta es Afirmativa, ¿A través de que medio?

3. ¿Desde su opinión, cual ha sido el medio de comunicación más influyente para que usted participe en movimiento ciudadano Con Mis Hijos No Te Metas?

4. **¿Sabe usted cual era el objetivo de este movimiento ciudadano Con Mis Hijos No Te Metas?**

5. **¿Usted participó por iniciativa propia o por moda que los medios de comunicación informaban?**

6. **¿Qué se debe de mejorar en los medios de comunicación para una buena difusión del movimiento ciudadano Con Mis Hijos No Te Metas?**

7. **¿Conoces sobre otros temas que defendía el movimiento ciudadano Con Mis Hijos No Te Metas? ¿Por qué?**



ACTA DE EXAMEN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad universitaria de Cayhuayna, del **viernes 29 de marzo de 2019, a horas 10.00 am**, reunidos en el aula 102 del Pabellón 01 (Sala de Grados) de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional "Hermilio Valdizán"-Huánuco, los miembros del Jurado Calificador conformado por los siguientes docentes:

Mg. Fanny Lourdes ORBEGOSO FERNANDEZ
Mg. Víctor Javier BERROSPI CASTILLO
Mg. Frederik Luis Eloy JARA TORREJON
Mg. Jean Paul BEROSPI NORIA

PRESIDENTE
SECRETARIO
VOCAL
ACCESITARIO

Nombrados mediante **Resolución N° 011-2019-UNHEVAL-FCS-D de fecha 22. ENERO,2019**, para evaluar la sustentación de Tesis colectiva titulada **"EFECTIVIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA PARTICIPACION SOCIAL (MOVIMIENTOS CIUDADANOS) CON MIS HIJOS NO TE METAS" EN LOS GRUPOS JUVENILES DE LA IGLESIA CATÓLICA DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO PERIODO 2017**”, para optar el Título Profesional de Licenciado (a) de (el) la (los) Bachiller en Ciencias de la Comunicación Social **obtuvo el siguiente resultado: Fresia Maybe TRUJILLO ALMONACID, Oscar Arturo REYES CRISPIN y Shelsi Estrellita Celeste COTRINA ESCOBAL** Para proceder en lo siguiente:

Según el Reglamento de Grados y Títulos. **CAPÍTULO VI DEL ACTO PÚBLICO, Art. 31°** señala: La sustentación se efectuará en acto público, el día y lugar previamente señalados en la correspondiente resolución. En dicho acto participará en forma obligatoria el Asesor de Tesis, con derecho a voz; el (los) sustentante (s) deberá (n) exponer oralmente el contenido de la referida tesis y absolver las preguntas que les formulen los miembros del Jurado. Las Actas de sustentación deberán ser llenadas y firmadas por los miembros del Jurado y entregadas por el Secretario del Jurado a la Secretaría del Decanato, juntamente con los ejemplares de la Tesis. Y en el **Art. 32°** Independientemente que la tesis fuera de elaboración individual o colectiva, el Jurado evaluará y calificará a cada tesisista por separado. Para ser aprobado el sustentante deberá tener nota aprobatoria mínima de catorce (14) del promedio de los miembros del Jurado. Los promedios de trece (13) hacia abajo se consideran DESAPROBADO con el calificativo DEFICIENTE. De catorce hasta dieciséis, APROBADO, con el calificativo de BUENO. Las notas promedio de diecisiete y dieciocho se califican MUY BUENO; y con el calificativo de EXCELENTE las notas promedio de diecinueve y veinte.

Se dio inicio a las 10.00 am del día 29 de marzo del dos mil diecinueve.

Se Concluyó dicho proceso y en base al Reglamento de Grados y Títulos, de (el) la (los) aspirante Bachiller en Ciencias de la Comunicación Social : **FRESIA MAYBE TRUJILLO ALMONACID, OSCAR ARTURO REYES CRISPIN y SHELSI ESTRELLITA CELESTE COTRINA ESCOBAL** , obtuvo el siguiente resultado:

APROBADO CON EL CALIFICATIVO:

BUENO (16)

DESAPROBADO CON EL CALIFICATIVO:


Quedando el (la) (as) aspirantes de Bachiller en Ciencias de la Comunicación Social: **Fresia Maybe TRUJILLO ALMONACID, Oscar Arturo REYES CRISPIN y Shelsi Estrellita Celeste COTRINA ESCOBAL** , obteniendo el siguiente resultado, DIECISEIS (16)

Se dio por concluido el acto de sustentación a horas: 12:30 p am, en fe de lo cual firmamos.

Fanny Lourdes Orbegoso Fernandez
PRESIDENTE

[Firma]
SECRETARIO (A)

[Firma]
VOCAL

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN		REGLAMENTO DE REGISTRO DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR GRADOS ACÁDEMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES			
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN		RESPONSABLE DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UNHEVAL	VERSION	FECHA	PAGINA
		OFICINA DE BIBLIOTECA CENTRAL	0.0	06/01/2017	10 de 13

ANEXO 2

AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TESIS ELECTRÓNICAS DE PREGRADO

1. IDENTIFICACIÓN PERSONAL (especificar los datos de los autores de la tesis)

Apellidos y Nombres: Trujillo Almonaud, Fresca Maybe

DNI: 73762104 Correo electrónico: frezia_95@hotmail.com

Teléfonos: Casa _____ Celular 938335036 Oficina _____

Apellidos y Nombres: Reyes Guspín, Oscar Arturo

DNI: 45715846 Correo electrónico: panchoyrc@gmail.com

Teléfonos: Casa 062 282087 Celular 979114051 Oficina _____

Apellidos y Nombres: Cotrina Escobal, Shelsi Estrellita Celeste

DNI: 72305947 Correo electrónico: celeste.delmarsj@gmail.com

Teléfonos: Casa _____ Celular 949297981 Oficina _____

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS


Pregrado	
Facultad de:	<u>Ciencias Sociales</u>
E. P. :	<u>Ciencias de la Comunicación Social.</u>

Título Profesional obtenido:

Licenciado en Comunicación Social

Título de la tesis:

Efectividad de los medios de comunicación en la

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN		REGLAMENTO DE REGISTRO DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR GRADOS ACÁDEMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES			
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN		RESPONSABLE DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UNHEVAL	VERSION	FECHA	PAGINA
		OFICINA DE BIBLIOTECA CENTRAL	0.0	06/01/2017	11 de 13

participación social (Movimiento ciudadano) Con mis hijos no te metas en los grupos juveniles de la iglesia católica de la ciudad de Huánuco periodo 2017

Tipo de acceso que autoriza(n) el (los) autor(es):

Marcar "X"	Categoría de Acceso	Descripción del Acceso
<input checked="" type="checkbox"/>	PÚBLICO	Es público y accesible al documento a texto completo por cualquier tipo de usuario que consulta el repositorio.
<input type="checkbox"/>	RESTRINGIDO	Solo permite el acceso al registro del metadato con información básica, más no al texto completo

Al elegir la opción "Público", a través de la presente autorizo o autorizamos de manera gratuita al Repositorio Institucional – UNHEVAL, a publicar la versión electrónica de esta tesis en el Portal Web repositorio.unheval.edu.pe, por un plazo indefinido, consintiendo que con dicha autorización cualquier tercero podrá acceder a dichas páginas de manera gratuita, pudiendo revisarla, imprimirla o grabarla, siempre y cuando se respete la autoría y sea citada correctamente.

En caso haya(n) marcado la opción "Restringido", por favor detallar las razones por las que se eligió este tipo de acceso:

Asimismo, pedimos indicar el período de tiempo en que la tesis tendría el tipo de acceso restringido:

- 1 año
- 2 años
- 3 años
- 4 años

Luego del período señalado por usted(es), automáticamente la tesis pasará a ser de acceso público.

Fecha de firma:


Firma del autor y/o autores:

Fresia Maybe, Trajillo Almonacid.


73762104

Oscar Arturo Reyes Cuspi

45715846

Shelsi Estrellita C. Cotrina Escobal.

72305947