

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION SOCIAL



**MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA FORMACIÓN DE VALORES
SOCIALES DE LOS ESTUDIANTES DEL NIVEL SECUNDARIO DEL
COLEGIO NACIONAL “TRES DE MAYO” DEL DISTRITO DE BAÑOS-
HUÁNUCO 2019**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO(a) EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL**

TESISTAS:

Yony Cristian CHAVEZ BERNARDO

Yuly Dennis CALIXTO GALEANO

Persy Rolando IRRIBARREN MALLQUI

ASESOR:

Mg. Jhonel Rosales Córdova

HUÁNUCO – PERÚ

2020

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION SOCIAL



**MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA FORMACIÓN DE VALORES
SOCIALES DE LOS ESTUDIANTES DEL NIVEL SECUNDARIO DEL
COLEGIO NACIONAL “TRES DE MAYO” DEL DISTRITO DE BAÑOS-
HUÁNUCO 2019**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO(a) EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL**

TESISTAS

Yony Cristian CHAVEZ BERNARDO

Yuly Dennis CALIXTO GALEANO

Persy Rolando IRRIBARREN MALLQUI

ASESOR

Mg. Jhonel Rosales Córdova

HUÁNUCO – PERÚ

2019

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedicamos a Dios por inspirarnos y darnos fuerza para continuar con entusiasmo en nuestra vida académica, además dedico a aquellos docentes y padres de familia que entregan un trozo de su vida a la construcción de una sociedad más justa y educada.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos en especial a nuestros padres y a todos nuestros seres queridos por el gran esfuerzo, cariño y paciencia brindado a lo largo de nuestra vida académica.

También agradecemos a nuestros docentes, que se han esmerado en contribuir con un trozo de su conocimiento para nuestra formación profesional, a nuestra alma mater UNHEVAL el lugar en que nos encontramos siempre lo llevaremos en nuestro corazón.

RESUMEN

El presente estudio hace mención a la incidencia de los medios masivos de comunicación que funcionan en el ámbito del distrito de Baños, Provincia de Lauricocha y región Huánuco. El consumo de medios de comunicación de los adolescentes del nivel secundario Colegio Nacional “Tres de Mayo” respecto a la formación de valores sociales, medios modernos de comunicación social como el internet, redes sociales, televisión, periódico y radio. En los últimos años han influido en gran medida en la perspectiva que tienen nuestros jóvenes de ver el mundo. Al ser tan diversificados los medios de comunicación se intensifican la educación inconsecuente que se transmite a través de ellos.

Concluimos el 20.6% de los estudiantes responden que los medios de comunicación no incidieron en los valores sociales como el respeto, la unión y a la solidaridad. A demás el 40.7% de los estudiantes responden que no ha incidido en la forma de pensar en relación al trabajo o apoyo colectivo.

No podemos negar la influencia de los medios masivos de comunicación en el desarrollo de los adolescentes, es preciso establecer la influencia que tiene sobre su forma de expresarse, de vestirse, sobre el consumo de productos de toda índole, incluso su incidencia en la manera como se relacionan con su comunidad. Es lo que determinamos en el presente estudio descriptivo, partiendo del conocimiento de las características esenciales de nuestra variable de estudio. En ese sentido, tomamos en cuenta los medios que funcionan actualmente en el distrito de Baños (Televisión, Redes sociales o internet y radioemisoras) y tomamos en cuenta las categorías: Mentalidades colectivas, Leyes, costumbres y Religiones o creencias, elementos en los que interviene la Variable

de estudio. Nuestro objetivo es dar a conocer sobre el nivel de incidencia del consumo de los medios masivos de comunicación en la formación de valores sociales en los adolescentes del distrito de Baños.

La metodología usada en esta investigación es del enfoque cuantitativo y un diseño no experimental, de nivel descriptivo porque no se aplicó un estímulo a la muestra ni se manipuló deliberadamente la variable de estudio, solo se observó el fenómeno en su ambiente natural para después analizarlo y describirlo. La muestra fue de tipo probabilístico y la técnica utilizada para la recopilación de datos fue la encuesta con su instrumento el Cuestionario.

ÍNDICE

CARATULA

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Fundamentación del problema	1212
1.2. Formulación del problema	17
1.3. Objetivos de la investigación	18
1.4. Justificación e importancia	19
1.5. Viabilidad.....	21
1.6. Limitaciones	21

II. MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes del problema.....	22
2.2. Bases teóricas.....	26
2.3. Definición de términos básicos.....	34
2.4. Hipótesis general y específico.....	37
2.5. Operacionalización de variables dimensiones e indicadores	38
2.6. Definiciones operacionales	39

III. MARCO METODOLOGICO

3.1. Nivel y Tipo de investigación.....	42
3.2. Diseño de investigación	43
3.3. Universo, población y muestra	43
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección y tratamiento de datos	45

IV.RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados de tablas de frecuencia	46
CONCLUSIONES.....	62
RECOMENDACIONES	64
ANEXOS	68

INTRODUCCIÓN

La presente investigación busca mostrar de manera reflexiva el nivel de incidencia del consumo de los medios masivos de comunicación en los adolescentes de nivel secundario del Colegio Nacional “Tres de Mayo” del distrito de Baños de Lauricocha en Huánuco. Describimos así mismo, la manera en que se está afectando la formación de valores sociales y el quehacer educativo en dicho plantel y por consecuencia en el distrito... allí precisamente apuntamos, mediante los resultados obtenidos en la presente investigación, describimos la importancia de la variable de estudio: medios de comunicación en la formación de valores sociales.

Las características principales de esta variable de estudio son: las mentalidades colectivas, leyes y costumbres, así como las religiones y creencias que pueden observarse en la población de Baños, particularidades que hemos asumido considerar para describir el fenómeno en mención.

Para analizar esta problemática es necesario distinguir como se presenta el fenómeno del consumo de los medios masivos de comunicación en los adolescentes de nivel secundario del Colegio Nacional “Tres de Mayo”. Estas se pueden determinar según los medios de comunicación que vienen funcionando actualmente en el distrito de Baños, es decir televisión, radioemisoras, internet y redes sociales. Estos elementos son herramientas a través de los cuales un mensaje tiene la posibilidad de ser transmitido a otra persona o a un grupo más extendido de ellas y puede ser utilizado para llevar a cabo cualquier tipo de comunicación.

Guían, de algún modo el comportamiento y las aspiraciones de las personas y las sociedades, incluido los valores sociales, los cuales pretenden alcanzar y mantener el equilibrio en las conductas de los individuos. No obstante, en ocasiones los valores pueden generar contravalores a partir de su interpretación. Entre algunos indicadores sobre las mentalidades colectivas tenemos, por ejemplo, lo racional, lo emotivo, lo imaginario, lo inconsciente o lo conductual, estas y otras características nos permiten, mediante los resultados obtenidos en la presente investigación, describir la importancia de los medios de comunicación en la formación de valores sociales.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Fundamentación del problema

Los medios de comunicación cumplen un rol importantísimo en la formación de los valores de la sociedad. Dichas cualidades, sin embargo, se entiende que deben ser realmente fomentadas para el beneficio de cada ser humano. Es una pena, que estos medios no cumplan su función tal como lo señala Juan, P. II. (1996) que en su mensaje señala: Que los medios de comunicación tienen una utilidad indiscutible, pero no deben engañarnos ni adueñarse de nuestra vida”. Reflexión que debe hacer hincapié en la necesidad de concientizar tanto al que transmite como al que recibe dicha transmisión, ya que, aunque se nos quiera engañar y dañar nuestra moral, está en nosotros, los receptores tomar o dejar aquello que dañe nuestra integridad personal. Los medios de comunicación, llámese: periódico, internet, televisión y radio adquieren gran importancia en el desarrollo moral y ético de una sociedad. Si bien estos medios son también llamados medios masivos debido a la proliferación que tienen, es indudable la repercusión que muestran sobre las actitudes de los individuos que los escuchan, leen y observan (p.1).

Por otro lado, no solo los medios de comunicación cumplen el papel de la educación sino también las familias, pero este a su vez no cumplen con tal función, Jiménez, J. (1997) Señala que “evidentemente, el centro educativo no es el único ámbito en el que se produce la formación de valores. Los familiares, las amistades y la sociedad en general inciden de forma poderosa en la socialización de las personas. En ese sentido, juegan un papel muy destacado en la transmisión de valores” (p. 16).

Es de preocupación la mala influencia de los medios de comunicación en adolescentes en edad escolar, ya que según la revista de estudios de Juventud (2005) señala que

La juventud ve una televisión donde prima el deporte, mucha programación adulta de contenido rosa o late-show, series de adolescentes o de familias con adolescentes. Y luego está el cine, los vídeos y DVD: de acción en el caso de los jóvenes, más relacionales y emotivos para las jóvenes. Y también se consume radio en el plano deportivo, musical. Las emisoras que sintonizan los chicos están más relacionadas con la música tecno y las de las chicas con la música más pop. Las publicaciones, revistas, publicidad impresa, que leen los jóvenes (varones) está en función de su relación con su consumo de televisión: leen periódicos deportivos y en el caso de las jóvenes, las revistas que leen hablan de sus cantantes y sus ídolos, y de revistas relacionadas con el flirteo y la conquista de los chicos. También ellas leen contenidos deportivos, tecnológicos, etc., pero en menor medida. Hasta aquí podríamos hablar de los medios fríos. Es un tema muy amplio que aquí se va a obviar pero que nos interesa recordar por su estrecha relación con el consumo juvenil (p.116).

Los medios de comunicación influyen en la conducta de los niños y adolescentes tanto en el Perú y en otros países ya que según la fundación Novasageta. (s/f). En sus conclusiones señala: Los niños pasan el mayor tiempo en la televisión es además el que llega a edades más tempranas. Algunos estudios apuntan que el niño pasa más de 21 horas semanales de promedio viendo la televisión. Los estudios más importantes y extensos en este campo se realizan sobre la televisión americana. En el Estudio de la Violencia en la televisión Nacional se examinan rigurosamente más de 10.000 horas de programas en varios canales. Hay una consistencia sorprendente

de los datos de año a año que presenta un aumento alarmante de la violencia. Se estima que los jóvenes ven un 61% de programas con violencia de alguna clase. El tipo de violencia y el contexto, también son importantes con un 26% de acciones violentas con uso de armas, 38 % de ellos cometidos por delincuentes atractivos, más del 50% de incidentes violentos que no muestran ningún dolor aparente asociado con la violencia y casi el 75% de actos violentos que no evidencian ningún sentimiento de crítica, remordimiento o penalización por la violencia. Más bien al contrario, el humor acompaña a la violencia en el 41% de los incidentes (p. 1).

En el distrito de Baños, provincia de Lauricocha, en la región Huánuco, como en cualquier otra zona de la serranía central del Perú, se pueden observar algunas manifestaciones relacionadas con la presencia de los medios de comunicación. Entre algunos caracteres, prevalecen, por ejemplo, las condiciones socioeconómicas propias de la serranía, la pobreza de las familias y por supuesto, las limitaciones de la comunicación en el hogar y la presencia de los medios de comunicación que en menor o mayor nivel hacen notar su existencia e influencia mediante nuevas formas de configuración social y cultural que se van formando entre los valores de la familia, la comunidad y los valores promovidos en las instituciones educativas.

En el distrito de Baños, se difunden los programas de televisión por señal abierta y vía internet, una emisora local y además llegan algunos diarios de circulación regional. En algunos de estos medios puede apreciarse de todo: malas palabras, insultos, Realitys shows de contenidos huecos que no son precisamente ejemplos a seguir.; así mismo ocurre cuando se observan las portadas de los diarios, muchos de ellos con desnudos atractivos y con información muchas veces vacías; marginación y degradación hacia la mujer a través de la publicidad. Telenovelas con contenidos que muestran la

sumisión, las formas vulgares o poco intelectuales del papel de la mujer en la sociedad. Las Naciones Unidas expresan en su nota informativa número diez del año 2002 lo siguiente, con respecto a los medios de comunicación y la mujer: Es lamentable que la prensa, los medios visuales, sonoros y electrónicos de muchos países no ofrezcan una imagen equiponderada de la diversidad en la vida de la mujer y de la contribución de ésta a la sociedad. Los materiales pornográficos y violentos que presentan sin filtros o supervisión alguna, formas extremas de prácticas sexuales a través del internet o redes sociales son el pan de cada día. Los medios de comunicación degradan a la mujer y afectan negativamente su participación en el mundo actual. Los homosexuales, asimismo, están siendo cada vez más aceptados por la sociedad, en series televisivas, ya sean estadounidenses o novelas (mexicanas, venezolanas, brasileñas, colombianas, etc.) los "gays" se han apoderado de la pantalla chica, y es que cada vez son más frecuentes las escenas en donde dos personas del mismo sexo establecen gestos amorosos. En el Perú hace poco más de dos décadas no se consentía la idea de tener a un homosexual en algún programa televisivo, hasta que apareció Coco Marusix, quien salía en televisión nacional solo en horario entre las 11:00 P.M y 12:00 P.M de la noche... hoy existen más de una docena de programas donde es casi una obligación la participación de un gay.

Ahora bien, ¿qué relación tienen los productos mencionados o contenidos difundidos por los medios con la formación de valores en una comunidad? Mucho, porque, si desde los medios de comunicación se transmite ideas en que la mujer es solo un objeto sexual, la sociedad creará en su mente tal ilusión, que hará que la comunidad pierda su respeto hacia el género femenino. Asimismo, con la aceptación avasallante de los homosexuales o su total fobia (ambos extremos son malos) la sociedad irá

ganando o perdiendo el control moral de sus componentes. También el caso de los políticos con sus actitudes corruptas y sin educación que se difunden por los medios, crean una visión en la población de que las malas prácticas es lo que está a la moda y que tal situación podría incitar a los jóvenes antivalores como la deshonestidad, o la irresponsabilidad porque siendo político uno la puede pasar muy bien.

Sin desvirtuar el tema, está la temática de la sexualidad, que en años anteriores era un hito intocable en las esferas de los medios. Hoy en día, estos se encargan de que el acto sexual sea visto como algo más que normal: lo visualizan como una necesidad constante del ser humano en su búsqueda del placer.

El presente trabajo muestra una reflexión sobre el consumo de los medios masivos de comunicación y el nivel de influencia marcada en nuestros adolescentes de nivel secundario del Colegio Nacional "Tres de Mayo" del distrito de Baños, Provincia de Lauricocha y región Huánuco, describiendo la medida en que esta incidencia viene afectando en la formación de valores sociales y el quehacer educativo de los estudiantes y por consecuencia en la población en general en dicha provincia.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema General

¿Cuál es el nivel de influencia de los medios de comunicación en la formación de valores sociales de los estudiantes del nivel secundario en el distrito de Baños y su repercusión en la población en el año 2019?

1.2.2. Problemas Específicos

P. E1

¿Cuál es el nivel de incidencia de los medios de comunicación en La mentalidad colectiva de los estudiantes del nivel secundario en el distrito de Baños y su repercusión en la población en el año 2019?

P. E2.

¿Cuál es el nivel de incidencia de los medios de comunicación respecto a las leyes y costumbres de los estudiantes del nivel secundario en el distrito de Baños y su repercusión en la población en el año 2019?

P. E3.

¿Cuál es el nivel de incidencia de los medios de comunicación respecto a las religiones y creencias de los estudiantes del nivel secundario en el distrito de Baños y su repercusión en la población en el año 2019?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo General

Determinar cuál es el nivel de influencia de los medios de comunicación en la formación de valores sociales de los estudiantes del nivel secundario en el distrito de Baños y su repercusión en la población en el año 2019

1.3.2. Objetivos Específicos

O. E.1

Dar a conocer cuál es el nivel de incidencia de los medios de comunicación en La mentalidad colectiva de los estudiantes del nivel secundario en el distrito de Baños y su repercusión en la población en el año 2019

O. E.2.

Establecer cuál es el nivel de incidencia de los medios de comunicación respecto a Las leyes y costumbres de los estudiantes del nivel secundario en el distrito de Baños y su repercusión en la población en el año 2019

O. E.3.

Dar a conocer cuál es el nivel de incidencia de los medios de comunicación respecto a las religiones y creencias de los estudiantes del nivel secundario en el distrito de Baños y su repercusión en la población en el año 2019

1.4. Justificación e importancia

La importancia de la presente investigación radica en describir el fenómeno de estudio y establecer el grado de relación entre las variables.

Determinar de qué manera los medios de comunicación influye en la formación de valores sociales en los estudiantes del nivel secundario del distrito de Baños en el año 2019 y su repercusión en la población. Para lograr el cumplimiento de nuestros objetivos, tomaremos en cuenta la justificación teórica y la justificación práctica:

1.4.1. Justificación Teórica

Esta investigación es importante pues reportamos elementos teóricos sobre aspectos característicos y descriptivos de cómo se presentan los medios de comunicación social en una zona altoandina de Huánuco y sus afectaciones en la formación de valores de los escolares del distrito. Analizaremos cómo dichos medios están configurando los componentes conductuales de la población, partiendo de una realidad educativa y algunos caracteres y rasgos particulares del fenómeno en estudio.

Nuestros resultados podrán formalizarse en una propuesta, para ser incorporado como conocimiento a las ciencias de la comunicación, ya que se estaría demostrando que medios de comunicación social inciden mayormente en la formación de valores sociales en una población campesina y que determinaciones educativas pueden considerarse partiendo del análisis del hecho.

1.4.2. Justificación Práctica

El presente estudio de investigación de nivel pregrado, en el campo de las ciencias de la comunicación y también en el campo educativo en general, tienen una justificación práctica, porque describen y analizan el problema de la formación y fomento de los valores en una población desde el aspecto comunicacional de los medios implicados. Plantearemos estrategias que podrían solucionar problemas similares y en contextos parecidos si se llevaran a cabo. Generaremos información que podría utilizarse para tomar medidas tendientes a mejorar el problema.

1.4.3. Importancia

La presente investigación beneficiará con sus resultados, a la conciencia colectiva de la población de Baños, en especial a los agentes educativos involucrados con el C.N “Tres de Mayo” pues se desea la preservación de los valores culturales ancestrales que son carácter distintivo de las poblaciones rurales. En ese sentido, formularemos recomendaciones y sugerencias sobre los resultados alcanzados a las instancias que correspondan, teniendo principalmente como protagonistas, a los adolescentes estudiantes involucrados en gran medida con los medios de comunicación los que consumen con asombrosa experticia en su vida cotidiana estableciendo inusuales configuraciones en la socialización con sus coterráneos. Son jóvenes que están construyendo o tal vez modificando una identidad singular, propia del mundo actual, razón por la cual otorgaremos a la colectividad involucrada, con el presente estudio, las herramientas teóricas básicas que permitan comprender y entender el fenómeno en su real dimensión.

1.5. Viabilidad

Los estudiantes del Colegio Nacional “Tres de Mayo” del distrito de Baños, colaborarán desinteresadamente en la aplicación de nuestros instrumentos y recolección de información, así como las autoridades del plantel, dueños de los medios de comunicación locales y población en general.

Del mismo modo, los suscritos cuentan con la preparación necesaria para materializar el presente proyecto de investigación tanto en el recurso humano como financiero para la consolidación del estudio en mención.

1.6. Limitaciones

No existen limitaciones determinantes en la realización del presente proyecto. Asimismo, contamos con un tiempo determinado para cumplir con los objetivos trazados durante el tiempo establecido en nuestro cronograma – 2019, para su ejecución, resaltamos de igual modo que el estudio es autofinanciado y que no se cuenta con una amplia bibliografía específica sobre el tema, sobre todo porque se trata de un estudio orientado al contexto de un distrito de la zona rural de la región Huánuco.

II. MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes del problema

2.1.1. Ámbito internacional

En la tesis “La educación en medios de comunicación Noticieros de TV e imaginarios en la frontera colombo-venezolana presentada por Sedano, W. (2008), se llegó a las siguientes conclusiones:

1º. -Los niños de clase popular demuestran interés en aprender sobre los medios y en realizar las actividades pues asumen con cierto orden y disciplina estos trabajos, siendo similares las actitudes y gustos en ambos países.

2º.- La mayoría de los niños han desarrollado, parcialmente, las competencias básicas de un usuario de los medios audiovisuales; conocen elementalmente la estructura de un noticiero televisivo, algunos aspectos del estilo, rápido, concreto e impactante, aunque falto de un lenguaje amplio, quizá debido a su corta edad; sólo demostraron habilidad en los temas de su preferencia, fútbol, telenovelas y farándula.

3º.- Los sucesos con impacto humano son los hechos que más atraen a los niños, independientemente de su género. Mientras que las telenovelas son el tópico preferido por las niñas, los deportes (el fútbol) son el predilecto de los niños; los temas políticos, nacionales o internacionales les atraen poco, sin embargo, saben de la importancia de éstos pues les asignaron jerarquía en la estructura de los titulares. (p.309).

Castillo, S. (2009) en su tesis titulada influencia de los medios de comunicación en la educación actual señala que:

Los Medios de Comunicación no sólo influyen en la educación que reciben los niños, sino que también lo hacen muy directamente en el tipo de sociedad que tenemos y tienen a su alrededor. Prácticamente podríamos decir que la sociedad se crea a partir de modelos que se expanden gracias a los Medios de Comunicación, modelos individuales y colectivos, creados por nuestros políticos o dirigentes, por las grandes multinacionales económicas, por minorías con alguna característica en común, etc., pero al fin y al cabo son modelos de comportamiento que los Medios de Comunicación reproducen, con sus pautas y sus reglas; que a veces cumplen una función meramente informativa, pero que otras veces tiene tintes claramente consumistas, ideológicos, o que a todas luces son completamente irreales, pero que a pesar de ello los jóvenes los toman como válidos y los adquieren totalmente en sus comportamientos (p.2).

La revista de educación en medios de comunicación (1997) en relación a la televisión en el proceso educativo señala:

Que un primer elemento que constituye un componente básico del concepto de lo educativo en el ámbito televisivo es que la televisión aparece ante sus receptores como un medio que transmite programas y géneros muy diversos entre sí. Desde el punto de vista de la recepción, el televidente va realizando un proceso de aprendizaje y mitologización de la diversidad de géneros. Este proceso de reconocimiento conduce al televidente a una relación diversificada, según los géneros que se le ofrecen. El receptor no entabla una relación unívoca con el medio, sino que diversifica según los diferentes programas y géneros. (p.139).

Cobo, J. y Torres, P. (2006). En su tesis titulado la radio como recurso didáctico para la formación integral de los estudiantes de Educación secundaria señala que:

La radio constituye un recurso tecnológico y comunicacional con importantes aplicaciones en el ámbito educativo, que al utilizarse como herramienta didáctica en los encuentros de saberes permite enriquecer el proceso de enseñanza y aprendizaje, así como propiciar experiencias formativas interactivas y dinámicas. Asimismo, el empleo de la radio puede convertirse en una fuente de motivación para los estudiantes de educación secundaria en función de desarrollar su capacidad intelectual y personal, lo cual contribuye con la construcción de una sociedad comprometida con el desarrollo sustentable de la nación. Esta propuesta para el uso de la radio como recurso tecnológico, no solo está dirigida al desarrollo académico del estudiante, sino que también promueve las capacidades y vocación hacia el estudio de carreras relacionadas con la comunicación social y la locución. Además de esto, la radio goza de cualidades singulares para el trabajo curricular: permite el trabajo colaborativo; favorece la motivación del estudiantado (especialmente en la etapa adolescente); propicia la realización de las actividades escolares desde una perspectiva globalizadora. Es un buen instrumento para el tratamiento de los ejes integradores del currículo, e intencionalidades curriculares, y puede servir, entre otras bondades, como un valioso soporte para trabajar la lectura crítica de los contenidos e información que se comparten en el estudio de grabación (p.327).

Buxarrais, R. (1996). Señala que el universo de las comunicaciones de masa es nuestro universo, y, si queremos hablar de valores, las condiciones objetivas de las comunicaciones son aquellas aportadas por la existencia de los periódicos, de la radio, de la televisión, de la música grabada y reproducible, de las nuevas formas de comunicación visual y auditiva.

Nadie escapa a estas condiciones, ni siquiera el virtuoso que, indignado por la naturaleza inhumana de este universo de la información, transmite su propia protesta

a través de los canales de la comunicación de masa, en las columnas del periódico de gran tirada o en las páginas del folleto impreso en linotipia y distribuido en los quioscos de las estaciones.

El ascenso de las clases bajas a la participación activa en la vida pública, el ensanchamiento del área del consumo de las informaciones, ha creado la nueva situación antropológica de la «civilización de masas»'.

Se transforma la «cultura de masas» en mass-media. La nueva civilización de los mass-media tiene un sistema de valores y elabora nuevos modelos eticopedagógicos.(p. 1).

2.1.2. Ambito nacional

Campos, S. (2014). Señala que los medios de comunicación casi no incluyen a contenidos que promuevan el conocimiento de otras culturas, sus prácticas y saberes, sus modos de ver y entender el mundo. Esto se debe básicamente a la poca audiencia que estos contenidos generan y a las agendas ya establecidas que excluyen este tipo de información, y con esto excluyen también al grupo mismo. Sin embargo, en este contexto, los pueblos se han ido apropiando, hace ya varios años atrás, de los medios de comunicación desde sus propios modos y prácticas comunicativas, han empezado a comunicar sus propios discursos en busca de legitimización y representación social a través del uso del medio radial sobre todo, en el caso peruano. Es ahí donde los medios de comunicación dejan de ser observados como instrumentos de dominación para convertirse en espacios de acción contra-hegemónica 3 . Así en el Perú existen muchas experiencias sobre el uso del medio radial que hacen hombres, mujeres y niños en los barrios populares, en el campo, en las escuelas. (p.4).

Galván, J. Ramos , R (2013). Medios de comunicación social (radio, televisión) en la formación de valores morales en los alumnos del sexto grado grado de la institución educativa nº 36003 del barrio de Santa Ana Huancavelica" Los de comunicación (radio, televisión) juegan un papel de suma importancia dentro del desarrollo de la Sociedad en General, ya que la misma tiene que ver con la forma como los individuos interactúan y cómo influyen los unos sobre los otros. La comunicación es el portador básico del proceso social. Los medios de comunicación son sistemas de transmisión de mensajes que se difunden a un gran número de receptores a través de diferentes técnicas y canales, constituyen poderosas industrias monopólicas, como necesitan llegar a millones de personas deben deformar los contenidos, simplificándolos, para adaptarlos a un tipo de público de instrucción inferior o inexistente, y deben tratar a los receptores como masas homogéneas.(p.52).

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Medios de comunicación

Estela, M. (2020). En su plataforma virtual señala que Los medios de comunicación son herramientas e instrumentos que son utilizados actualmente en las sociedades, y a partir del siglo XIX, para informar y comunicar de forma masiva a la población. Hoy en día los individuos y las comunidades acceden a estos medios para tener material informativo que describe, explica y analiza datos y acontecimientos de diversos tipos, pueden ser: políticos, económicos, sociales o culturales, y también pueden referirse al nivel local o al contexto mundial. La imprenta, originalmente inventada por Gutenberg, se considera el inicio masivo, el hecho histórico que dio origen a la circulación de millones de panfletos y periódicos. (p.2).

Los medios se clasifican según la estructura física que sirve de soporte para la transmisión de la información, podemos distinguir:

- **Los medios audiovisuales.**

Son los que pueden ser simultáneamente escuchados y vistos. Se basan en dispositivos tecnológicos que emiten imágenes y sonidos con el fin de transmitir la información, como es el caso de la televisión y el cine.

- **La televisión.**

Apareció en los años 30, es el medio con mayor índice de público a nivel mundial. Los telespectadores de todo el mundo reciben la señal de esta herramienta informativa en tiempo real, en vivo o diferido. Casi cualquier acontecimiento mundial puede ser transmitido con imagen y sonido a casi cualquier parte del mundo. A partir de esta se desprende toda una industria de fabricación de televisiones y también de canales de transmisión.

- **Los medios radiofónicos.**

Son el único medio que se basa exclusivamente en información transmitida bajo formato sonoro. Requiere un proceso de producción mucho más sencillo que la televisión. Su nivel de acceso, también es un aspecto en el cual aventaja al resto de los medios. Por otro lado, desde el punto de vista de la emisión radiofónica también resulta verdaderamente muy sencillo, ya que para lograr la emisión se requiere de pocas máquinas de sonido, micrófonos y pocas personas. La principal limitación tiene que ver con la distancia geográfica y accidentes que imposibilitan la transmisión, y el sonido se ve afectado. (p.9).

- **Los medios impresos.**

Comprenden a las revistas, periódicos, magazines, folletos y panfletos, todas las publicaciones que contengan una información a ser transmitida. En la actualidad estos medios, por el elevado costo de producción y la intromisión de Internet, están en declinación en cuanto a que su público prefiere otros medios a la hora de informarse. Se requieren de muchos puntos para certificar una producción de calidad en este medio, por ejemplo: editores, correctores, buena calidad del papel, escritores y analistas reconocidos, etc.

- **Los medios digitales.**

Surgidos en la década de 1980. Estas “nuevas tecnologías” han logrado expandirse con masividad. Se basan en las computadoras personales, como también en celulares, tablets y todo tipo de artefactos tecnológicos, cada vez con mayor rapidez transmiten la información llegando a miles de personas. (p.10).

2.2.2. La Función formativa de los medios

Las principales funciones de los medios de comunicación han sido «informar, formar entretener y ofrecer publicidad de productos y servicios» (García García, 2003: 171). Citado por Marín. (2006). La función informativa no tiene más sentido que dar a conocer lo que sucede a nuestro alrededor, mientras que la función FORMATIVA también nos provee de conocimientos; sin embargo, en ella suelen reproducirse modelos de conducta, normas, valores y/o estereotipos, a veces con cierto grado de intencionalidad, ya que lo que se busca es generar un aprendizaje, que a veces puede

tener como consecuencia una reacción negativa por parte del sujeto que está aprendiendo.

2.2.3. Los valores sociales

Morales, A. (2019). En su plataforma virtual señala que los valores sociales son un conjunto de valores reconocidos como parte del comportamiento social que se espera de las personas que forman parte una comunidad. Los valores sociales son una clasificación de los valores en general, entendiendo que son una representación de las cualidades y las virtudes que poseen y representan a una persona, hecho u objeto (p.1).

2.2.4. Las mentalidades colectivas

Según hiru.eus en su plataforma virtual señala que Todas las actividades humanas, incluidos el lenguaje verbal y los gestos, corresponden a un entorno mental colectivo. Dicho entorno determina las motivaciones, las elecciones y la forma de afrontar las consecuencias de nuestros actos.

Componentes de las mentalidades colectivas

Las mentalidades colectivas están formadas por los siguientes componentes:

- **El racional.** Historia cultural e intelectual de las ideas, de la filosofía y de la exploración de la conciencia.
- **El emotivo.** Afectos e impulsos que nos mueven a actuar y a reaccionar.
- **El imaginario.** Representaciones mentales que configuran un mundo interior personal pero compartido por los miembros de un colectivo.
- **El inconsciente.** Aquellos procesos mentales que escapan a la conciencia.

- **El conductual.** Toda la actividad humana es observable según lo que se hace o se dice. (p.1).

2.2.5. Los valores en las leyes y costumbres

El autor citado señala que los valores sociales encuentran su máxima expresión en los códigos de comportamiento que cada sociedad se impone a partir de leyes, usos y costumbres aceptados por la generalidad. Por ejemplo, Al hablar de la comunidad o distrito de Baños, de sus valores y leyes, estamos hablando de los fueros de la comunidad y su historia.

Costumbres

Son una forma en que las personas se comportan normal o habitualmente en situaciones específicas, comúnmente por la tradición, las costumbres reflejan los valores en una forma concreta. Las costumbres se refieren a prácticas, acciones y estilos tradicionales, que las personas utilizan o adoptan en sus vidas cotidianas. Las costumbres no tienen la fuerza de la ley o las sanciones obligatorias por violarlas. Sirven como medios informales de control social.

Ejemplo: romper una costumbre puede resultar en habladurías, burlas y la exclusión del grupo como formas informales de control social. No involucra procesos legales.

Normas

Las normas son un conjunto de reglas o lineamientos estipulados acerca de la conducta, el comportamiento o los actos desarrollados por los grupos de la comunidad, que los individuos tienen que cumplir y obedecer, ante la posibilidad de enfrentar un castigo o una sanción. Son más formales que las costumbres, pero menos que la ley. (p.2).

Ejemplo: las normas escolares que guían la conducta. Pueden incluir cuándo ir a clases, la obligación de usar uniforme o la prohibición de pleitos intimidación y decir groserías. Las violaciones de estas reglas pueden resultar en tarea extra, reportes, castigos después de la hora de salida, o expulsión.

Leyes

Las leyes son reglas formalizadas, establecidas y aplicadas por el gobierno. Prohíben obligan o regulan ciertas conductas o acciones. Las violaciones de la ley conducen a sanciones claramente descritas y el gobierno las hace cumplir. Las leyes de deben aplicar a todos por igual.

Ejemplo: Manejar en estado de ebriedad. En México, a las personas que son sorprendidas por manejar en estado de ebriedad pueden enfrentar a una multa y una suspensión temporal de la licencia para conducir por un año. Una segunda infracción resulta en la suspensión permanente de su licencia. Si salen lastimados transeúntes como resultado de manejar en estado de ebriedad, el culpable se puede enfrentar a la cárcel. (p.3).

2.2.6. Las religiones y las creencias

Las religiones tratan, por un lado, de responder de una forma concreta a los problemas derivados de la convivencia social, y por otro, de proporcionar a las comunidades unos valores éticos y morales, relacionados con su concepción del mundo.

Las doctrinas sociales de la gran mayoría de las religiones se inspiran en los principios que se desprenden de sus libros sagrados. En el caso del cristianismo, los Evangelios resaltan la importancia de los siguientes principios:

- El respeto a la dignidad de la persona.
- El amor al prójimo como base de la convivencia.
- El bien común y la justicia social como referencia para gobernantes. (p.4).

2.2.7. Medios de Comunicación y transmisión de valores

Según Fernández, J.(s/f). En la práctica, la transmisión de valores a través de la actividad comunicativa (mensajes que contienen información, ideas e imágenes) se produce todavía en gran medida sobre la base de los medios escritos, azotados en estos momentos por una crisis brutal que los penetra con una doble trayectoria: la digitalización y la crisis económica generalizada. La radio tiene también su importancia, pero sobresale en esta función la televisión y las múltiples, modernas y cambiantes herramientas y aplicaciones del mundo de Internet. (p.2).

2.2.8. El distrito de Baños

El distrito de Baños es uno de los 7 distritos que conforman la provincia de Lauricocha, situada en el departamento de Huánuco, bajo la administración del Gobierno Regional de Huánuco, Perú. Su capital es la localidad de Baños ubicado a 3,409 msnm. El distrito tiene geográficamente una Superficie de 182.66 km² y una población de aproximada de 7,035 hab. El poblado se construyó a base de piedra, barro y paja en radio aproximado de 5 hectáreas llamándose La ciudad purísima de concepción de Coni, de entre 1600 a 1700.

Al trasladarse la población a su actual ubicación, al anterior poblado se le conoció como Pueblo Viejo de Baños. Se hizo el traslado en razón a la imagen de Cristo crucificado que se apareció en el punto del actual emplazamiento de Baños que fue una piedra, a 5 km al sur de Pueblo Viejo, en la margen izquierda del río nupe y por ese entonces esta zonal era solamente un pajonal para pastoreo de ganado, edificándose una capilla en la ubicación de la piedra, la actual constituye el altar mayor de la misma. A este Cristo crucificado se le nombró como el Señor de Mayo, que es el Santo Patrono de la localidad.

El distrito de Baños se formó en la época de la Independencia, como anexo de la provincia de Huamalíes. Fue elevado a la categoría de distrito por Ley N.º 16566 del 5 de mayo de 1967, así mismo, a la jerarquía de Villa, en el gobierno del Presidente Fernando Belaúnde Terry y por Ley N.º 26458 del 31 de mayo de 1995, conforma la provincia de Lauricocha, en el gobierno del Presidente Alberto Fujimori Fujimori

Actualmente la actividad más desarrollada es la ganadería vacuna, en la producción de leche a su vez que se elabora la mantequilla, queso, manjar blanco y yogur, este último está adquiriendo desarrollo y fama en la región mediante el programa pro industrial y organización Asociación de ganaderos de Baños.

2.2.9. El Colegio Nacional “Tres de Mayo” de Baños

La Institución Educativa “Tres de Mayo” fue creado como Colegio Nacional Mixto de Baños el 05 de noviembre de 1964, mediante Ley 15219, gracias a la gestión consecuente de las autoridades distritales, en especial del Dr. Nicéforo Espinoza Llanos, quien en ese entonces ejercía como diputado por la provincia de Dos de Mayo

en el periodo de gobierno de Fernando Belaunde Terry y siendo ministro de educación el General de brigada Ernesto Montagne Sánchez. Geográficamente la I.E está ubicado al oeste del distrito de Baños, bajo la eterna vigilancia del cerro San Cristóbal. Dentro de una incierta coyuntura inicia sus actividades escolares el 28 de abril de 1965, con una población escolar de 84 alumnos en el primer grado distribuidos en dos secciones y con personal docente y administrativos idóneos, algunos de los cuales fueron:

Director: Profesor José TORRES MATOS

Docentes: PROFESORES Mackodonal Suárez y Edwin Figueroa Cardich

Secretario: Don Víctor Espinoza Picón, luego fue luego remplazado por don Macabeo Salazar Espinoza.

Personal de Servicio: Orestes Juipa Firma.

2.3. Definición de términos básicos

2.3.1. Medios de comunicación

Un medio de comunicación es el elemento o las herramientas a través de las cuales un mensaje tiene la posibilidad de ser transmitido a otra persona o a un grupo más extendido de ellas. Es el modo utilizado para poder llevar a cabo cualquier tipo de comunicación. Este término refiere normalmente a aquellos medios que son de carácter masivo, es decir, aquellos cuya comunicación se extiende a las masas.

Televisión

Es un sistema para la transmisión y recepción de imágenes y sonido a distancia que simulan movimiento, que emplea un mecanismo de difusión. Por medio de ondas de radio, por redes de televisión por cable, televisión por satélite o incluso vía Internet.

Radio

Radiofonía o radiodifusión, es un medio de comunicación que se basa en el envío de señales de audio a través de ondas de radio, si bien el término se usa también para otras formas de envío de audio a distancia como la radio por Internet.

Prensa escrita

Medio de información o conjunto de publicaciones impresas que se diferencian en función de su periodicidad, que puede ser diaria (en cuyo caso suele llamarse diario), semanal (semanario), quincenal (quincenario), mensual (mensuario), o anual (anuario); o simplemente periódico.

Internet

Es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, lo cual garantiza que las redes físicas heterogéneas que la componen formen una red lógica única de alcance mundial. Sus orígenes se remontan a 1969, cuando se estableció la primera conexión de computadoras, conocida como ARPANET.

2.3.2. Valores sociales

Se dice de aquellos juicios que rigen el comportamiento de los seres humanos. El bien, la verdad, la belleza, la felicidad, la virtud, han sido conceptos que desde el principio de la humanidad han guiado el comportamiento y las aspiraciones de las personas y las sociedades. Los seres humanos han definido sus valores a lo largo de la historia, reflejándolos en las mentalidades colectivas, las leyes y costumbres, la religión y la cultura.

2.3.3. Formación de valores

Principios que nos lleva a una función que realizamos como personas tomando en cuenta nuestro comportamiento y actitud frente a la vida, eso conlleva a saber elegir correctamente para nuestro bienestar y nuestra forma de ser con las demás personas, para así proporcionarnos intereses valiosos que reflejen acciones agradables y aspiraciones importantes que sean tanto personales como colectivas.

2.3.4. Formación de valores

Concretamente, los valores que transmiten determinados medios de comunicación o programas televisivos: machismo en los shows, chistes, la pelea antes que el diálogo; la unión familiar, lazos de sangre, dramatismo; las clases sociales, clasismo, actitudes racistas, etc. Provocando así, diversas actitudes y valores transmitidos luego a su entorno inmediato y contra los cuales educadores y padres deben luchar o analizar. Los valores o antivalores que se difunden por los medios, según algunos especialistas, sólo refuerzan el comportamiento de la audiencia, sea positiva o negativa.

2.4. Hipótesis general y específico

2.4.1. Hipótesis general

El nivel de influencia de los medios de comunicación en la formación de valores sociales de los estudiantes del nivel secundario en el distrito de Baños y su repercusión en la población en el año 2019 es positivo.

2.4.2. Hipótesis específicas

H.E.1.

El nivel de incidencia de los medios de comunicación en La mentalidad colectiva de los estudiantes del nivel secundario en el distrito de Baños y su repercusión en la población en el año 2019 es positivo.

H.E.2.

El nivel de incidencia de los medios de comunicación respecto a las leyes y costumbres de los estudiantes del nivel secundario en el distrito de Baños y su repercusión en la población en el año 2019, es positivo.

H.E.3.

El nivel de incidencia de los medios de comunicación respecto a las religiones y creencias de los estudiantes del nivel secundario en el distrito de Baños y su repercusión en la población en el año 2019, es positivo.

2.5. Operacionalización de variables dimensiones e indicadores

2.5.1. Variables de Estudio

- Formación de Valores sociales de los Medios de comunicación

VARIABLE DE ESTUDIO	Formación de Valores sociales de los Medios de comunicación		
DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TECNICA E INSTRUMENTOS
<p>Según Fernández, J.(s/f). En la práctica, la transmisión de valores a través de la actividad comunicativa (mensajes que contienen información, ideas e imágenes) se produce todavía en gran medida sobre la base de los medios escritos, azotados en estos momentos por una crisis brutal que los penetra con una doble trayectoria: la digitalización y la crisis económica generalizada. La radio tiene también su importancia, pero sobresale en esta función la televisión y las múltiples, modernas y cambiantes herramientas y aplicaciones del mundo de Internet.</p>	Las mentalidades colectivas	<ul style="list-style-type: none"> - Lo racional. - Lo emotivo. - Lo imaginario - El inconsciente - El conductual 	<p>Técnica 01: Encuesta</p> <p>Instrumento nº 01</p> <p>Cuestionario.</p>
	Leyes y costumbres	<ul style="list-style-type: none"> -Normas de conducta comunitaria -Costumbres tradicionales 	
	Las religiones y Creencias	<ul style="list-style-type: none"> -Respeto a la dignidad de la persona. -El amor al prójimo como base de la convivencia. -El bien común y la justicia social como referencia para gobernantes. 	

2.6. Definiciones operacionales

VARIABLE DE ESTUDIO:		
Formación de Valores sociales de los Medios de comunicación		
	Definición conceptual	Definición operacional
	<p>María, E. (2020) en su plataforma virtual señala que</p> <p>Los medios de comunicación son herramientas e instrumentos que son utilizados actualmente en las sociedades, y a partir del siglo XIX, para informar y comunicar de forma masiva a la población. Hoy en día los individuos y las comunidades acceden a estos medios para tener material informativo que describe, explica y analiza datos y acontecimientos de diversos tipos, pueden ser: políticos, económicos, sociales o culturales, y también pueden referirse al nivel local o al contexto mundial. La imprenta, originalmente inventada por Gutenberg, se considera el inicio masivo, el hecho histórico que dio origen a la circulación de millones de panfletos y periódicos.</p> <p>Los medios no sólo informan, sino que, también, participan en la adopción de modelos de comportamiento y valores de las generaciones más jóvenes...En muchas ocasiones, los valores que transmiten los medios se contradicen con los valores que tanto las instituciones educativas como las propias familias están empeñados en educar... Se puede afirmar, por tanto, que existe un acuerdo generalizado respecto al papel que los medios de comunicación ejercen en la transmisión de valores. Medrano C. (2010)</p> <p>La función FORMATIVA también nos provee de conocimientos; sin embargo, en ella suelen reproducirse modelos de conducta, normas, valores y/o estereotipos, a veces con cierto grado de intencionalidad, ya que lo que se busca es generar un aprendizaje, que a veces puede tener como consecuencia una reacción negativa por parte del sujeto que está aprendiendo. Martín V. (2006)</p>	<p>La función social que cumplen los medios en una determinada sociedad también se yuxtapone en muchas ocasiones con los intereses de dicho contexto. Que busca el beneficio común a partir de la canalización de información.</p> <p>Los medios se clasifican según la estructura física que sirve de soporte para la transmisión de la información. En el caso del distrito de Baños podemos distinguir tres medios más usuales en el consumo de la población. Los datos que corroboren dicha afirmación se obtendrán mediante el cuestionario aplicado al respecto. Del mismo modo se procederá respecto a las características de cada medio.</p>
DIMENSIONES	<p>Todas las actividades humanas, incluidos el lenguaje verbal y los gestos, corresponden a un entorno mental colectivo. Dicho entorno determina las motivaciones, las elecciones y la forma de afrontar las consecuencias de nuestros actos.</p>	<p>Los Valores, las Tradiciones, las Costumbres y las Actitudes que se construyen a partir de esas relaciones, lo que constituye una red única de significados. para lo cual se tomó en cuenta</p>
Las mentalidades colectivas		

		en el cuestionario datos como lo emotivo, Lo imaginario, El inconsciente, El conductual, etc.
leyes y costumbres	Las costumbres se refieren a prácticas, acciones y estilos tradicionales, que las personas utilizan o adoptan en sus vidas cotidianas. Las costumbres no tienen la fuerza de la ley o las sanciones obligatorias por violarlas. Sirven como medios informales de control social. Las leyes son reglas formalizadas, establecidas y aplicadas por el gobierno. Prohíben obligan o regulan ciertas conductas o acciones.	Las leyes deben estar precedidas por las costumbres propias del distrito de Baños. Los datos que permitirán describir esta dimensión se obtendrán mediante el cuestionario aplicado a los estudiantes del colegio tres de mayo.
Las religiones y Creencias	Las religiones tratan, por un lado, de responder de una forma concreta a los problemas derivados de la convivencia social, y por otro, de proporcionar a las comunidades unos valores éticos y morales, relacionados con su concepción del mundo. Las doctrinas sociales de la gran mayoría de las religiones se inspiran en los principios que se desprenden de sus libros sagrados. En el caso del cristianismo, los Evangelios resaltan la importancia de los siguientes principios: <ul style="list-style-type: none"> •El respeto a la dignidad de la persona. •El amor al prójimo como base de la convivencia. •El bien común y la justicia social como referencia para gobernantes 	El aspecto religioso Responde de una forma concreta a los problemas derivados de la convivencia social. <p>Los datos que permitirán describir esta dimensión se obtendrán mediante el cuestionario aplicado a los estudiantes del colegio tres de mayo.</p>
(V. de caracterización: Medios de Com. En Baños))	Apareció en los años 30, es el medio con mayor índice de público a nivel mundial. Los telespectadores de todo el mundo reciben la señal de esta herramienta informativa en tiempo real, en vivo o diferido. Casi cualquier acontecimiento mundial puede ser transmitido con imagen y sonido a casi cualquier parte del mundo. A partir de esta se desprende toda una industria de fabricación de televisiones y también de canales de transición.	Aunque la población no tiene equipos apropiados para transmisión local, la TV siempre trae cosas nuevas, son vitales por la calidad de su variada programación diaria y gratuita, según las necesidades y expectativas del distrito. Los datos que permitirán describir esta dimensión se obtendrán mediante el
Medio televisivo		

		cuestionario aplicado al respecto.
Medio radial	<p>Único medio que se basa exclusivamente en información transmitida bajo formato sonoro. Requiere un proceso de producción mucho más sencillo que la televisión. Por su acceso, tiene ventaja con el resto de los medios. Desde el punto de vista de la emisión radiofónica también resulta verdaderamente muy sencillo, ya que para lograr la emisión se requiere de pocas máquinas de sonido, micrófonos y pocas personas. La principal limitación tiene que ver con la distancia geográfica y accidentes que imposibilitan la transmisión, y el sonido se ve afectado.</p>	<p>En el distrito de Baños las radioemisoras cumplen varios roles políticos, culturales y espirituales, dependiendo de su historia y sus circunstancias. Algunas son emisoras comerciales que difunden principalmente música y anuncios comerciales de la capital regional y nacional. Los datos que permitirán describir esta dimensión se obtendrán mediante el cuestionario aplicado a los estudiantes del colegio tres de mayo.</p>
Los Medios digitales	<p>Surgidos en la década de 1980. Estas “nuevas tecnologías” han logrado expandirse con masividad. Se basan en las computadoras personales, como también en celulares, tablets y todo tipo de artefactos tecnológicos, cada vez con mayor rapidez transmiten la información llegando a miles de personas</p>	<p>Se relacionan con los usos de la tecnología como computadoras personales, celulares, tablets y todo tipo de artefactos tecnológicos, cada vez con mayor rapidez transmiten la información llegando a miles de personas. Sobre dichas características Los estudiantes responderán en el cuestionario.</p>

III. MARCO METODOLOGICO

3.1. Nivel y Tipo de investigación

3.1.1. Nivel de investigación

El nivel es descriptivo y explicativo, se ha elaborado un diagnóstico y luego se ha establecido relación de causa efecto de la materia de investigación. Como señala Ander (2011) “intentaremos dar cuenta explicando un aspecto de la realidad social a partir de las interrogantes planteadas en el estudio (p.32)

3.1.2. Tipo de investigación

Cuantitativa. Porque es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables. Como señala Fernández y Pértegas (2002) estudia la asociación o relación entre variables cuantificadas, la investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede. Tras el estudio de la asociación o correlación pretende, a su vez, hacer inferencia causal que explique por qué las cosa suceden o no de una forma determinada. (p.1).

3.2. Diseño de investigación

Su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede.

Esquema:



Donde:

M = Muestra de estudio

O= Información (observación) recogida de la muestra.

3.3. Universo, población y muestra

Población

La población considerada para nuestra investigación son todos los estudiantes del nivel secundario del Colegio Nacional "Tres de Mayo" del distrito de Baños, provincia de Lauricocha en la región Huánuco. Es decir, un total de 204 estudiantes quienes serán tomados en cuenta para la muestra de estudio.

Muestra

Se utilizará la Muestra Probabilística. Es el método más recomendable si se está haciendo una investigación de tipo cuantitativo porque todos los componentes de la población tienen la misma posibilidad de ser seleccionados para la muestra. "Cada uno de los elementos de la población tengan la misma probabilidad de ser seleccionados". (PINEDA et al 1994:114).

Selección de la muestra

La muestra de presente trabajo de investigación se caracteriza por ser “probabilístico”. En razón a ello nuestra muestra será de 204 estudiantes de los cuales consideramos la totalidad de los sujetos para nuestro estudio.

Muestreo

Es el método utilizado para seleccionar a los componentes de la muestra del total de la población. "Consiste en un conjunto de reglas, procedimientos y criterios mediante los cuales se selecciona un conjunto de elementos de una población que representan lo que sucede en toda esa población". (MATA et al, 1997:19) Los criterios que se tomó en cuenta para el presente estudio son:

Criterios de inclusión:

Se consideraron a todos los estudiantes del nivel secundario del Colegio Nacional “Tres de Mayo” del distrito de Baños, provincia de Lauricocha, mujeres y hombres de los grados en curso para que sea parte de la investigación.

Criterios de exclusión:

Se consideraron a aquellos estudiantes que no asisten formalmente.

3. 4. Técnicas e instrumentos de recolección y tratamiento .de datos

Entre las técnicas e instrumentos para recoger y almacenar información tanto bibliográficas como hemerográficas dentro del marco teórico tomamos en cuenta Fichas, formatos de cuestionario, guías de entrevista, entre otros, así como:

- Técnica N° 01. Encuesta

- Instrumento N° 01 Cuestionario.

IV.RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados de tablas de frecuencia

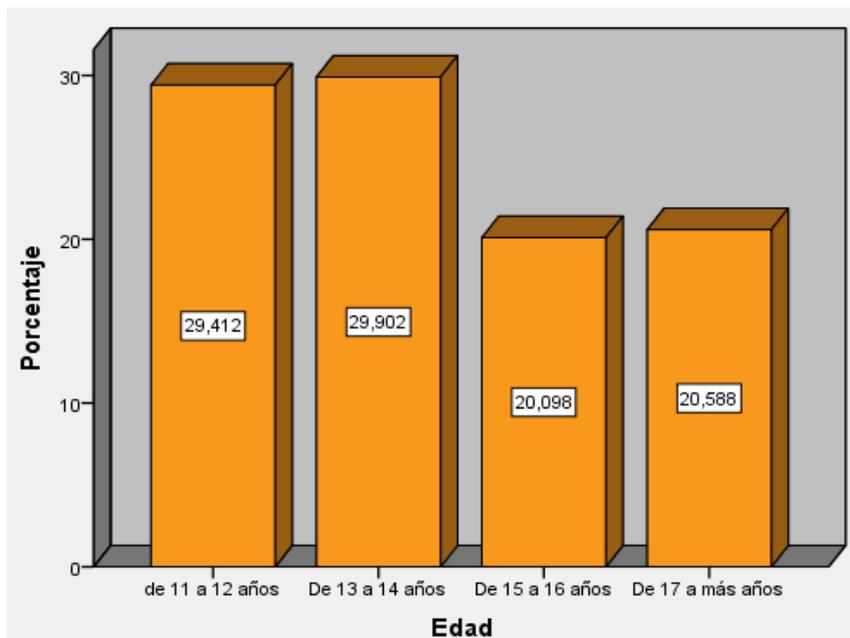
Tabla de frecuencia N° 01

Edad				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
de 11 a 12 años	60	29,4	29,4	29,4
De 13 a 14 años	61	29,9	29,9	59,3
De 15 a 16 años	41	20,1	20,1	79,4
De 17 a más años	42	20,6	20,6	100,0
Total	204	100,0	100,0	

Elaboración: Tesistas

Las edades de los estudiantes del nivel secundario del Colegio Nacional “Tres de Mayo” del distrito de baños -Huánuco 2019, en un 29.4% son de entre 11 a 12 años de edad, el 29.9% son de entre 13 a 14 años, el 20.1% son de entre 15 a 16 años y el 20.6% son de 17 años a más.

Gráfica N° 01



Elaboración: Tesistas

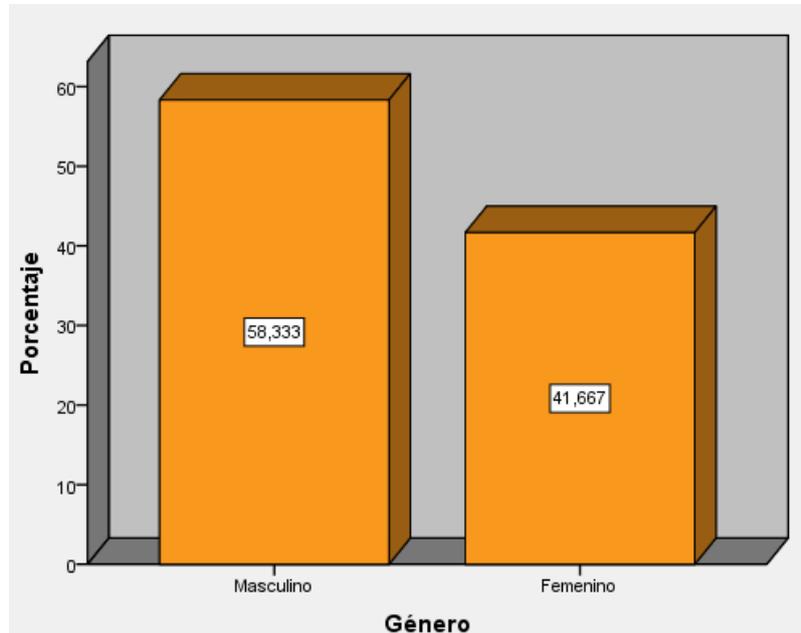
Tabla de frecuencia N° 02

Género				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	119	58,3	58,3	58,3
Femenino	85	41,7	41,7	100,0
Total	204	100,0	100,0	

Elaboración: Tesistas

Los estudiantes del nivel secundario del Colegio Nacional “Tres de Mayo” del distrito de Baños -Huánuco 2019, en relación a su género es que el 58.3% son varones y el 41.7% son mujeres.

Gráfica N° 02



Elaboración: Tesistas

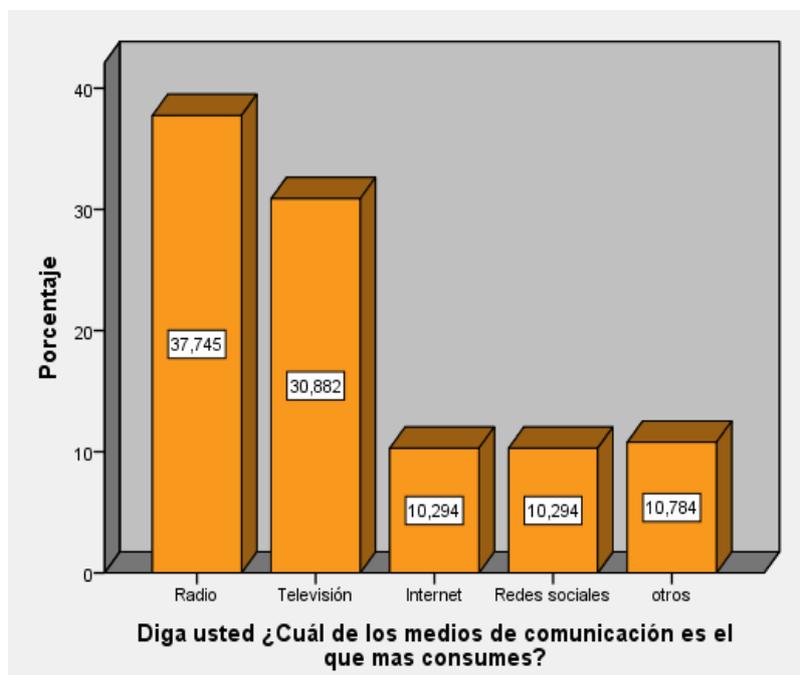
Tabla de frecuencia N° 03

Diga usted ¿Cuál de los medios de comunicación es el que más consume?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Radio	77	37,7	37,7	37,7
Televisión	63	30,9	30,9	68,6
Internet	21	10,3	10,3	78,9
Redes sociales	21	10,3	10,3	89,2
otros	22	10,8	10,8	100,0
Total	204	100,0	100,0	

Elaboración: Tesistas

Los estudiantes del nivel secundario del Colegio Nacional “Tres de Mayo” del distrito de baños -Huánuco 2019, respondieron con un 37.7% consumen radio, el 30.9 televisión, 10.3% internet, 10.3% redes sociales y un 10.8% consume otros medios.

Gráfica N° 03



Elaboración: Tesistas

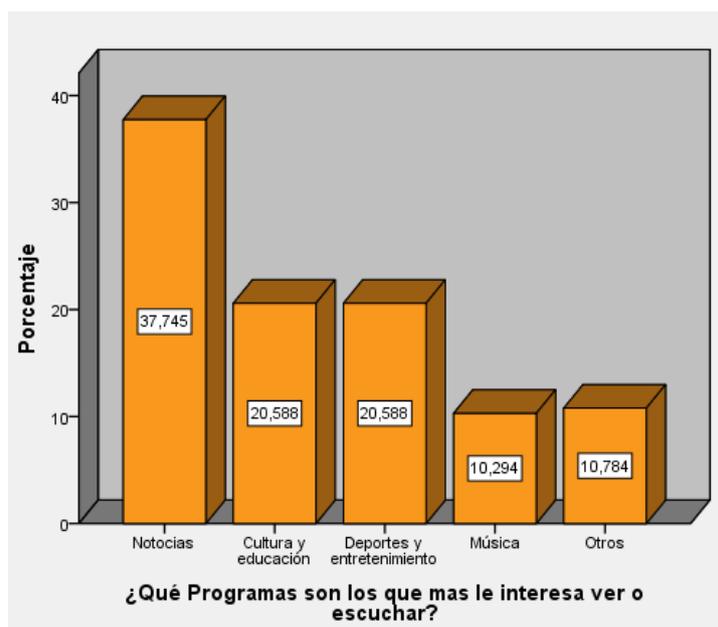
Tabla de frecuencia N° 04

¿Qué tipo de programa son los que más le interesa ver o escuchar?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Noticias	77	37,7	37,7	37,7
Cultura y educación	42	20,6	20,6	58,3
Deportes y entretenimiento	42	20,6	20,6	78,9
Música	21	10,3	10,3	89,2
Otros	22	10,8	10,8	100,0
Total	204	100,0	100,0	

Elaboración: Tesistas

Los estudiantes del nivel secundario del Colegio Nacional “Tres de Mayo” del distrito de baños -Huánuco 2019, en relación al tipo de programa que más le interesa ver o escuchar señalaron con un 37.7% noticias, el 20.6% cultura y educación y con el mismo porcentaje deportes y entretenimiento, el 10.3% Música y con 10.8% otros tipos de programa.

Gráfica N° 04



Elaboración: Tesistas

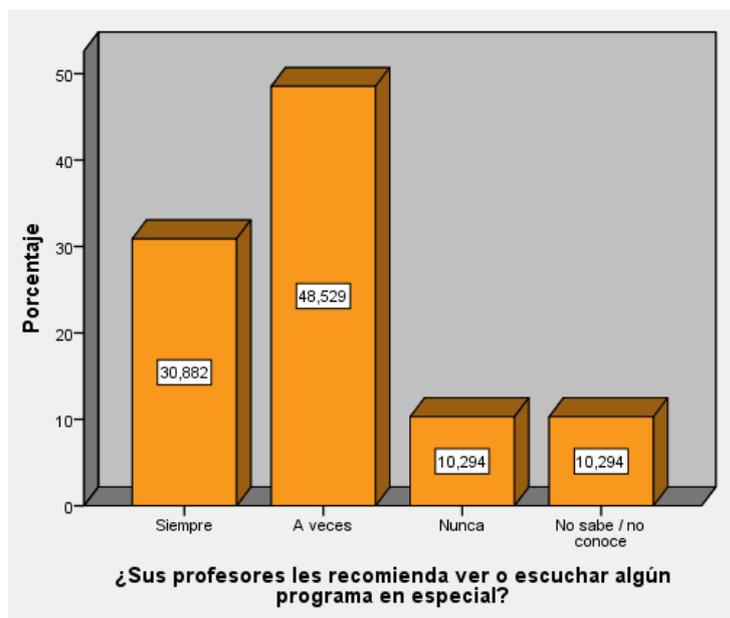
Tabla de frecuencia N° 05

¿Sus profesores les recomienda ver o escuchar algún programa en especial?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	63	30,9	30,9	30,9
A veces	99	48,5	48,5	79,4
Nunca	21	10,3	10,3	89,7
No sabe / no recuerda	21	10,3	10,3	100,0
Total	204	100,0	100,0	

Elaboración: Tesistas

A los estudiantes del nivel secundario del Colegio Nacional “Tres de Mayo” del distrito de Baños -Huánuco 2019, con un 30.9% sus profesores les recomiendan ver o escuchar algún programa en especial, al 48.5% a veces y solo al 10.3 nunca le han recomendado, el 10.3% señala que no sabe/o no conoce.

Gráfica N° 05



Elaboración: Tesistas

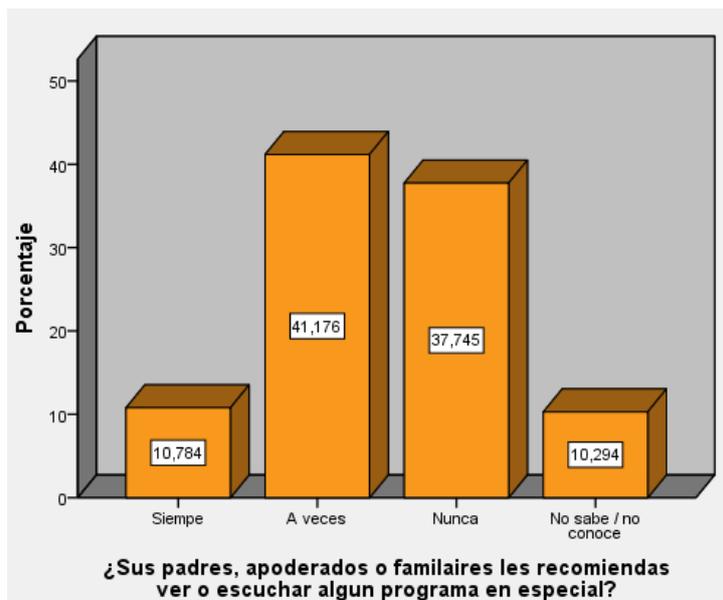
Tabla de frecuencia N° 06

¿Sus padres, apoderados o familiares les recomienda ver o escuchar algún programa en especial?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	22	10,8	10,8	10,8
A veces	84	41,2	41,2	52,0
Nunca	77	37,7	37,7	89,7
No sabe / no conoce	21	10,3	10,3	100,0
Total	204	100,0	100,0	

Elaboración: Tesistas

A los estudiantes del nivel secundario del Colegio Nacional "Tres de Mayo" del distrito de Baños -Huánuco 2019, a un 10.8% siempre los recomiendan sus padres o apoderados a ver o escuchar algún programa en especial, a un 41.2% a veces les recomiendan, aun 37.7% nunca y un 10.3% no sabe no recuerda.

Gráfica N° 06



Elaboración: Tesistas

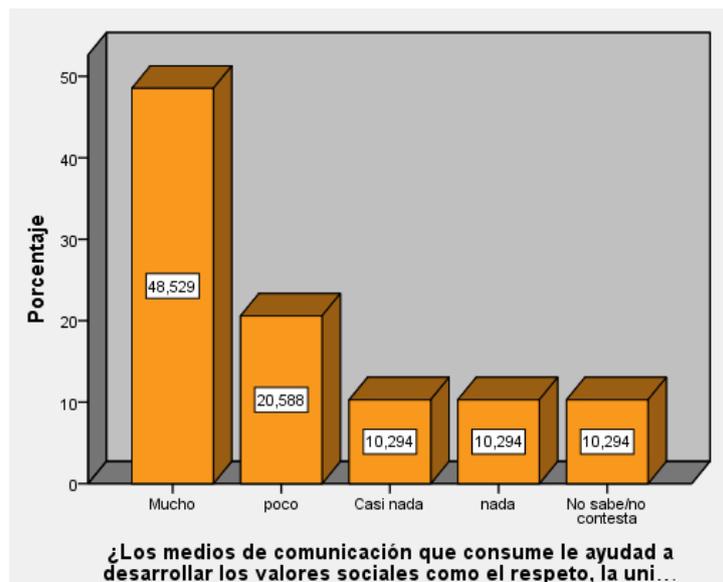
Tabla de frecuencia N° 07

¿Los medios de comunicación que consume le ayuda a desarrollar los valores ¿Sociales como el respeto, la unión y a la solidaridad?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mucho	99	48,5	48,5	48,5
poco	42	20,6	20,6	69,1
Casi nada	21	10,3	10,3	79,4
nada	21	10,3	10,3	89,7
No sabe/no contesta	21	10,3	10,3	100,0
Total	204	100,0	100,0	

Elaboración: Tesistas

Los estudiantes del nivel secundario del Colegio Nacional “Tres de Mayo” del distrito de Baños -Huánuco 2019, respondieron que al 48.5% los medios de comunicación que consumen lo ayudaron a desarrollar sus valores sociales, al 20.6% poco, al 10.3% casi nada y a otro grupo con el mismo porcentaje no le ayuda nada y otros 10.3% no sabe/ no conoce.

Gráfica N° 07



Elaboración: Tesistas

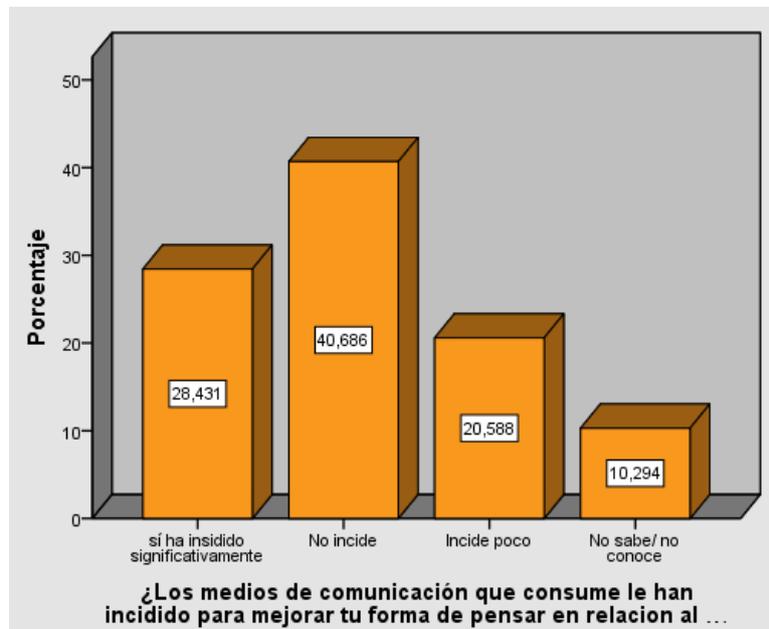
Tabla de frecuencia N° 08

¿Los medios de comunicación que consume le han incidido para mejorar tu forma de pensar en relación al trabajo o apoyo colectivo?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
sí ha incidido significativamente	58	28,4	28,4	28,4
Incide poco	42	20,6	20,6	89,7
No incide	83	40,7	40,7	69,1
No sabe/ no conoce	21	10,3	10,3	100,0
Total	204	100,0	100,0	

Elaboración: Tesistas

Los estudiantes del nivel secundario del Colegio Nacional “Tres de Mayo” del distrito de Baños -Huánuco 2019, respondieron con un 28.4% que sí incidió significativamente en mejorar su forma de pensar en relación al trabajo o apoyo colectivo, el 40.7% no incide, el 20.6% incide poco, el 10.3% no sabe/ no conoce.

Gráfica N° 08



Elaboración: Tesistas

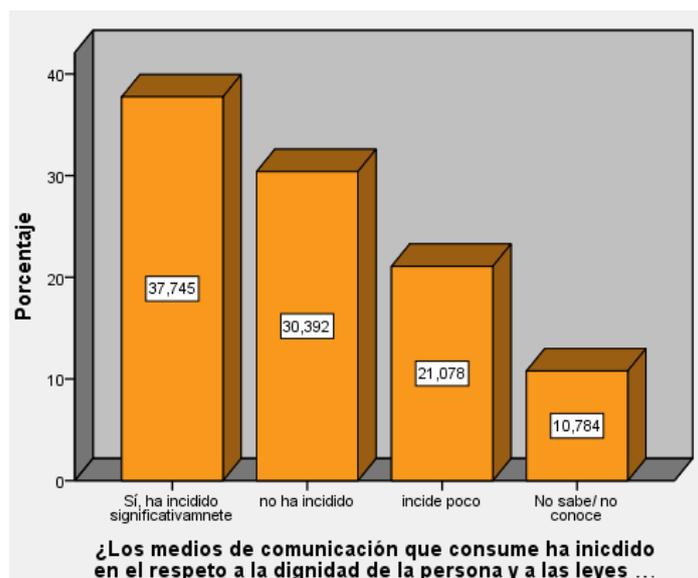
Tabla de frecuencia N° 09

¿Los medios de comunicación que consume ha incidido en el respeto a la dignidad de la persona y a las leyes vigentes?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí, ha incidido significativamente	77	37,7	37,7	37,7
incide poco	43	21,1	21,1	89,2
no ha incidido	62	30,4	30,4	68,1
No sabe/ no conoce	22	10,8	10,8	100,0
Total	204	100,0	100,0	

Elaboración: Tesistas

Los estudiantes del nivel secundario del Colegio Nacional “Tres de Mayo” del distrito de Baños -Huánuco 2019, respondieron con un 37.7% que, si incidió significativamente en el respeto a la dignidad de la persona y las leyes vigentes, con un 21.1% incidido poco, el 30.4% respondieron que no ha incidido, el 10.8% no sabe/ no conoce.

Gráfica N° 09



Elaboración: Tesistas

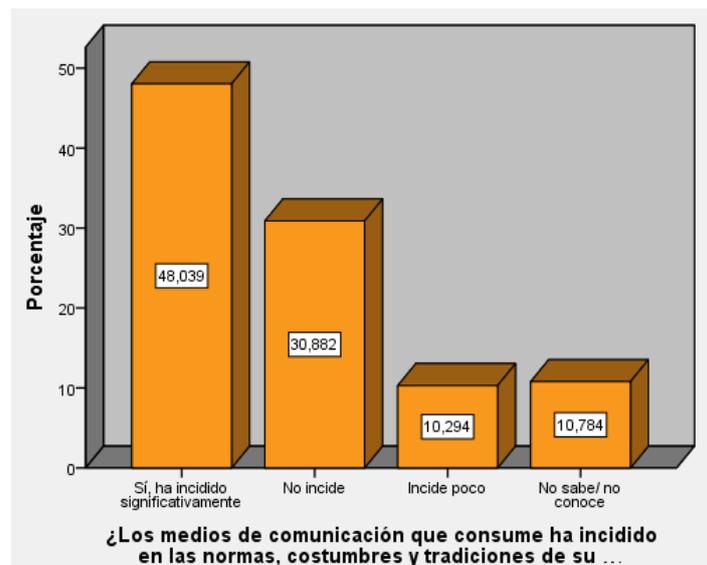
Tabla de frecuencia N° 10

¿Los medios de comunicación que consume ha incidido en las normas, costumbres y tradiciones de su comunidad?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí, ha incidido significativamente	98	48,0	48,0	48,0
Incide poco	21	10,3	10,3	89,2
No incide	63	30,9	30,9	78,9
No sabe/ no conoce	22	10,8	10,8	100,0
Total	204	100,0	100,0	

Elaboración: Tesistas

Los estudiantes del nivel secundario del Colegio Nacional “Tres de Mayo” del distrito de Baños -Huánuco 2019, respondieron con un 48% que, si ha incidido significativamente en mejorar las normas, costumbres y tradiciones de su comunidad, el 10.3% ha incidido poco, el 30.9% señalan no incide y otros 10.8% no saben/ no conoce.

Gráfica N° 10



Elaboración: Tesistas

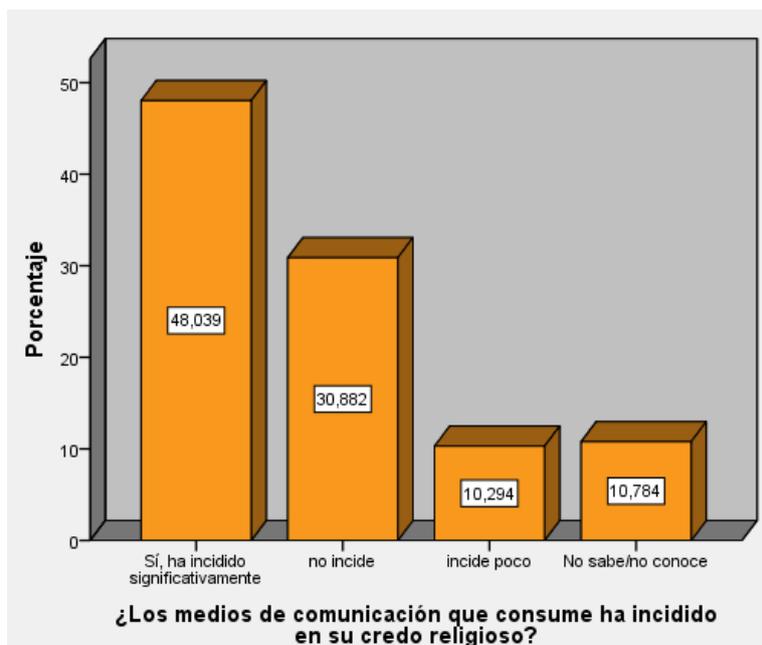
Tabla de frecuencia N° 11

¿Los medios de comunicación que consume ha incidido en su credo religioso?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí, ha incidido significativamente	98	48,0	48,0	48,0
Incide poco	21	10,3	10,3	89,2
no incide	63	30,9	30,9	78,9
No sabe/no conoce	22	10,8	10,8	100,0
Total	204	100,0	100,0	

Elaboración: Tesistas

Los estudiantes del nivel secundario del Colegio Nacional “Tres de Mayo” del distrito de Baños -Huánuco 2019, respondieron con un 48% que sí ha incidido significativamente en su credo religioso, el 10.3 incide poco, el 30.9% no incide y el 10.8% no sabe/ no contesta.

Gráfica N° 11



Elaboración: Tesistas

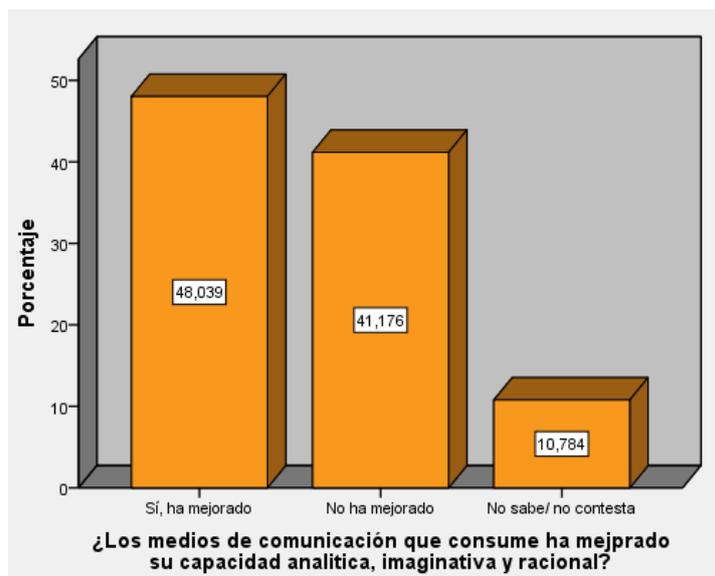
Tabla de frecuencia N° 12

¿Los medios de comunicación que consume ha mejorado su capacidad analítica, ¿Imaginativa y racional?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí, ha mejorado	98	48,0	48,0	48,0
No ha mejorado	84	41,2	41,2	89,2
No sabe/ no contesta	22	10,8	10,8	100,0
Total	204	100,0	100,0	

Elaboración: Tesistas

Los estudiantes del nivel secundario del Colegio Nacional “Tres de Mayo” del distrito de Baños -Huánuco 2019, respondieron con 48% que sí ha mejorado su capacidad analítica, imaginativa y racional, el 41.2% señalan que no ha mejorado y el 10.8% no sabe /no contesta.

Gráfica N° 12



Elaboración: Tesistas

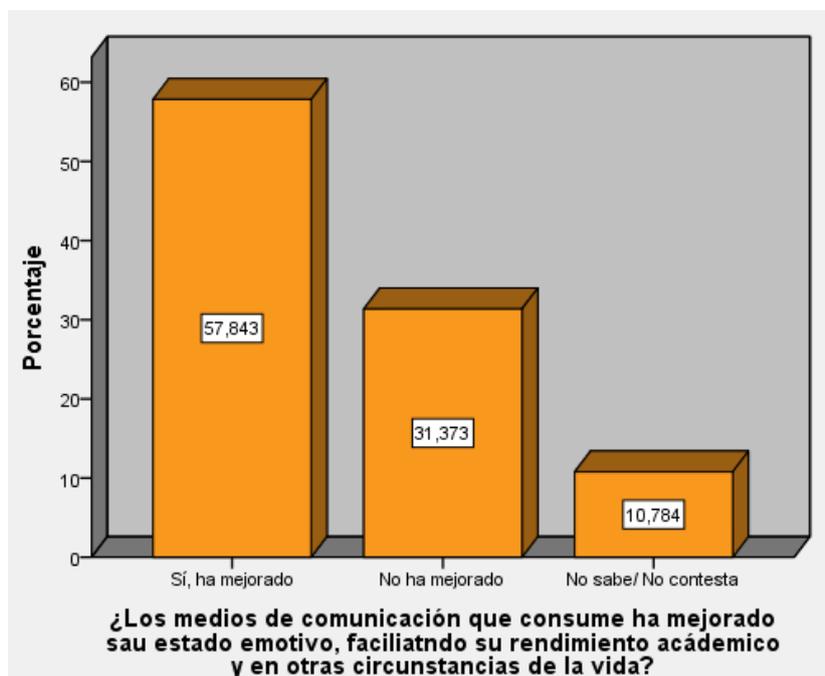
Tabla de frecuencia N° 13

¿Los medios de comunicación que consume ha mejorado su estado emotivo, facilitando su rendimiento académico y en otras circunstancias de la vida?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí, ha mejorado	118	57,8	57,8	57,8
No ha mejorado	64	31,4	31,4	89,2
No sabe/ No contesta	22	10,8	10,8	100,0
Total	204	100,0	100,0	

Elaboración: Tesistas

Los estudiantes del nivel secundario del Colegio Nacional “Tres de Mayo” del distrito de Baños -Huánuco 2019, respondieron con un 57.8% que sí ha mejorado su estado emotivo, el 31.4% señalaron que no ha mejorado y el 10.8% no sabe/no contesta.

Gráfica N° 13



Elaboración: Tesistas

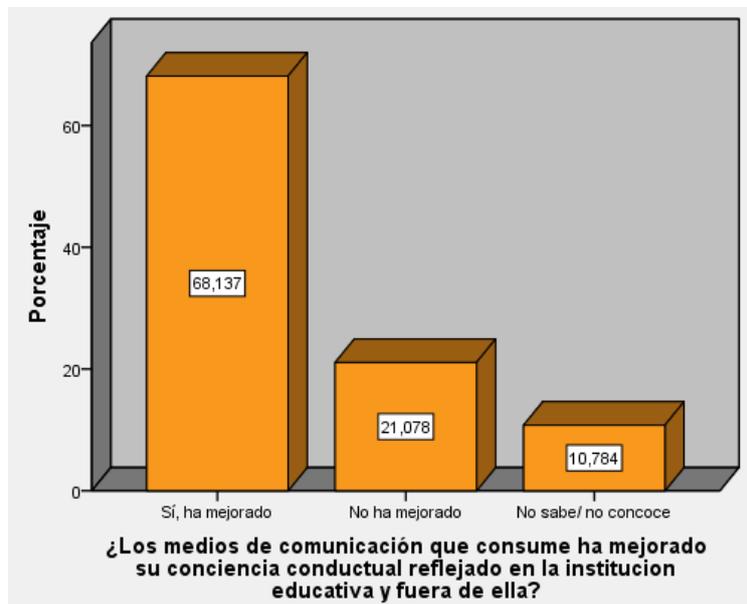
Tabla de frecuencia N° 14

¿Los medios de comunicación que consume ha mejorado su conciencia conductual reflejado en la institución educativa y fuera de ella?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí, ha mejorado	139	68,1	68,1	68,1
No ha mejorado	43	21,1	21,1	89,2
No sabe/ no conoce	22	10,8	10,8	100,0
Total	204	100,0	100,0	

Elaboración: Tesistas

Los estudiantes del nivel secundario del Colegio Nacional “Tres de Mayo” del distrito de Baños -Huánuco 2019, respondieron con un 68.1% que sí ha mejorado su conciencia conductual, el 21.1% dijeron que no y un 10.8% no sabe/no conoce.

Gráfica N° 14



Elaboración: Tesistas

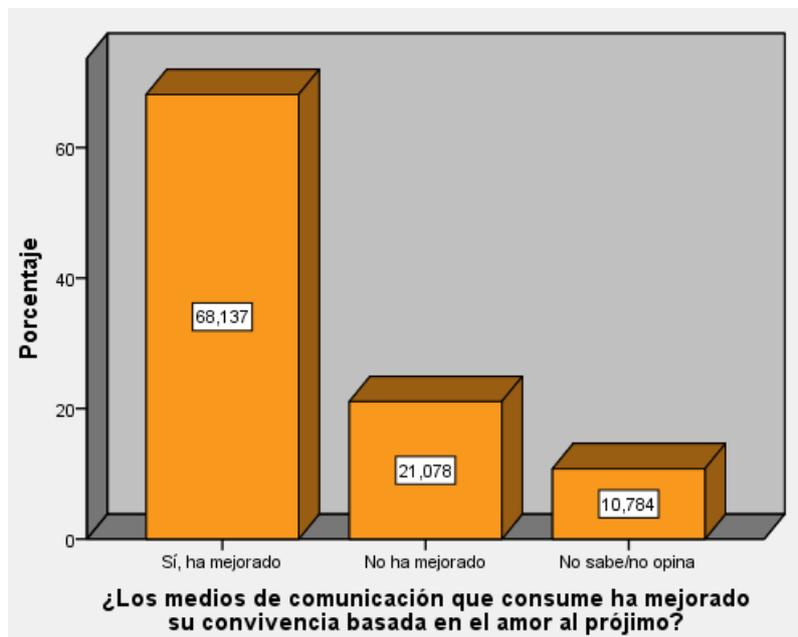
Tabla de frecuencia N° 15

¿Los medios de comunicación que consume ha mejorado su convivencia basada en el amor al prójimo?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí, ha mejorado	139	68,1	68,1	68,1
No ha mejorado	43	21,1	21,1	89,2
No sabe/no opina	22	10,8	10,8	100,0
Total	204	100,0	100,0	

Elaboración: Tesistas

Los estudiantes del nivel secundario del Colegio Nacional “Tres de Mayo” del distrito de Baños -Huánuco 2019, respondieron en un 68.1% que sí les ha mejorado su convivencia basada en el amor al prójimo, el 21.1% no les ha mejorado, el 10.8% no sabe, no opina.

Gráfica N° 15



Elaboración: Tesistas

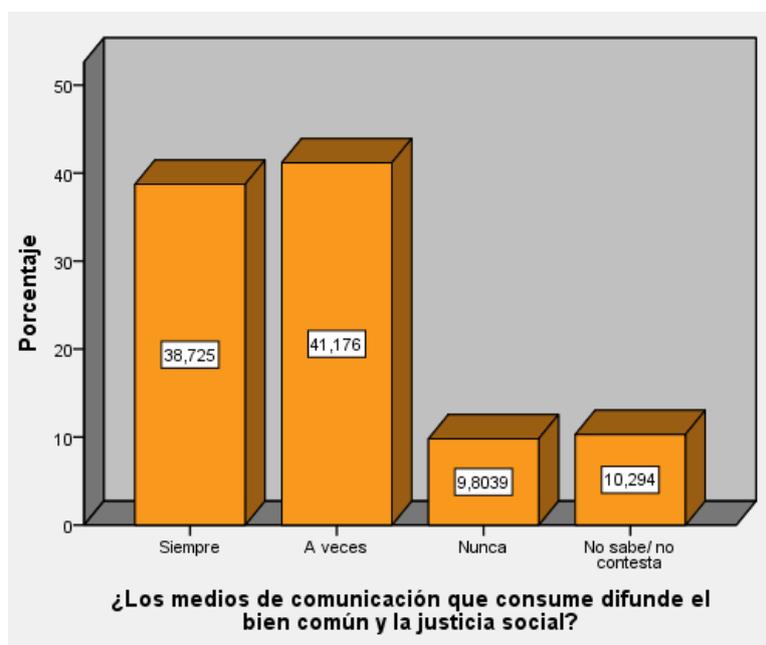
Tabla de frecuencia N° 16

¿Los medios de comunicación que consume difunde el bien común y la justicia social?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	79	38,7	38,7	38,7
A veces	84	41,2	41,2	79,9
Nunca	20	9,8	9,8	89,7
No sabe/ no contesta	21	10,3	10,3	100,0
Total	204	100,0	100,0	

Elaboración: Tesistas

Los estudiantes del nivel secundario del Colegio Nacional “Tres de Mayo” del distrito de Baños -Huánuco 2019, señalaron con un 38.7% que los medios de comunicación que consume, siempre difunden el bien común y la justicia social, el 41.2% a veces difunde, el 9.8% nunca difunde y un 10.3 no saben/ no contesta.

Gráfica N° 16



Elaboración: Tesistas

CONCLUSIONES

1. En nuestra primera conclusión demostramos nuestra hipótesis general, donde señalamos que la influencia de los medios de comunicación en la formación de valores sociales de los estudiantes del nivel secundario en el distrito de Baños y su repercusión en la población en el año 2019 es positiva, ya que solo el 20.6% de los estudiantes responden que los medios de comunicación no incidieron en la formación de los valores sociales como el respeto, la unión y a la solidaridad.
2. En nuestra primera hipótesis específica señalamos que el nivel de incidencia de los medios de comunicación en la mentalidad colectiva de los estudiantes del nivel secundario en el distrito de Baños y su repercusión en la población en el año 2019, es positivo. Demostramos concluyendo que solo el 40.7% de los estudiantes responden que no ha incidido en la forma de pensar en relación al trabajo o apoyo colectivo.
3. En nuestra segunda hipótesis específica señalamos que el nivel de incidencia de los medios de comunicación respecto a las leyes y costumbres de los estudiantes del nivel secundario en el distrito de Baños y su repercusión en la población en el año 2019, es positivo. Demostramos concluyendo que solo el 30.4% de los estudiantes responde que los medios de comunicación que consume no han incidido en el respeto a la dignidad de la persona y a las leyes vigentes y solo a un 30.9% de estudiantes no ha incidido en la mejora en las normas, costumbres tradiciones de su comunidad.

4. En nuestra tercera hipótesis específica señalamos que el nivel de incidencia de los medios de comunicación respecto a las religiones y creencias de los estudiantes del nivel secundario en el distrito de Baños y su repercusión en la población en el año 2019, es positivo, demostramos concluyendo que solo el 30.9% de estudiantes señala que los medios de comunicación no han incidido en su credo religioso.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a los docentes y padres de familia del distrito de Baños, que sigan incentivando al consumo responsable de los medios de comunicación que transmiten los valores sociales, además promoviendo charlas colectivas, campañas de sensibilización, etc. para para seguir mejorando las relaciones interpersonales en las generaciones venideras.
2. Se recomienda a los medios de comunicación local y nacional, a los actores sociales que sigan incentivando la mentalidad colectiva y el apoyo social dentro y fuera de nuestra comunidad.
3. Se recomienda a los medios de comunicación local y nacional, a los actores sociales que pongan mayor responsabilidad en la emisión de los programas a favor de la dignidad de la persona y a las leyes vigentes, las normas, costumbres y tradiciones de su comunidad.
4. Se recomienda a los medios de comunicación que para mejorar la repercusión y la incidencia a favor del credo religioso se transmitan programas con diversos credos y contenidos religiosos con visión comparativa, ecléctica y layco.

BIBLIOGRAFIA

1. Ander, E. (2011). Nociones Básicas para la investigación social. Córdoba-argentina. Edit. Brujas. Refrescado de <http://abacoenred.com/wp-content/uploads/2017/05/Aprender-a-investigar-nociones-basicas-Ander-Egg-Ezequiel-2011.pdf>..
2. Buxarrais, R. (1996). Los medios de comunicación y la educación en valores. Chile. Recuperado de http://www.robertexto.com/archivo15/medios_educacion.htm
3. Estela, M. (2020) Medios de comunicación. Recuperado de <https://concepto.de/medios-de-comunicacion/>
4. Campos, S. (2014). Radiodifusión, cultura y educación: Proyecto radio con niñas y niños del Cusco “inventando nuevos modos de hacer radio: recuperando el espacio radiofónico desde las participaciones propias en las escuelas de Pillao Matao y Huacarpay” Lima. Recuperado de <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/GT11-Silvia-Patricia-Campos-C%C3%A1rdenas.pdf>
5. Castillo, M.(2009). Influencia de los medios de comunicación en la educación actual .Recuperado de http://www.eduinnova.es/monografias09/medios_comunicacion.pdf
6. Cobo, J. y. Torres, P. (2006). La radio como recurso didáctico para la formación integral de los estudiantes de Educación Secundaria .Colombia. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es>

7. Fernández, S y Pértigas, D. (2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. España. Recuperado de [Shttp://www.fisterra.com/gestor/upload/guias/cuanti_cuali2.pdf](http://www.fisterra.com/gestor/upload/guias/cuanti_cuali2.pdf)
8. Fundación novasageta.(S/F) Londres Recuperado de http://www.centrelondres94.com/files/Impacto_de_los_medios_de_comunicacion_en_ninos_y_adolescentes_0.pdf
9. Galván, J. y Ramos , R (2013) Medios de comunicación social (radio, televisión) en la formación de valores morales en los alumnos del 6to. grado de la institución educativa no 36003 del barrio de Santa Ana Huancavelica. Huancavelica. Recuperado de <http://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/671/TP%20-%20UNH%20PRIM.%200021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
10. (García García, 2003: 171).Citado por Marín. (2006) La Función formativa de los medios. Recuperado de <https://www.revistacomunicar.com/indice/articulo.php?numero=26-2006-30>
11. Gomes, F.(2019). ¿Qué son los medios digitales? Recuperado de <https://rockcontent.com/es/blog/medios-digitales/>
12. Jiménez, R. (1998). Metodología de la investigación. La Habana. Edit. Ciencias médicas. Recuperado de http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/rehabilitaciondoc/metodologia_dela_investigacion-texto.pdf
13. Jiménez, J (1997). La educación y los medios de comunicación. Recuperado de [file:///C:/Users/TECPRO/Downloads/Dialnet-LaEducacionEnValoresYLosMediosDeComunicacion-634142%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/TECPRO/Downloads/Dialnet-LaEducacionEnValoresYLosMediosDeComunicacion-634142%20(1).pdf)

14. Juan Pablo II (1996). Jornada mundial de las comunicaciones sociales. Vaticano. recuperado de https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_24011996_world-communications-day.html
15. Medios de Comunicación, difusión de Valores Y Alfabetización Digital. Madrid. Recuperado de http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/sites/default/files/field/adjuntos/medios_de_comunicacion_difusion_de_valores_y_alfabetizacion_digital.pdf
16. Morales, A. (2019) Valores Sociales. Recuperado de <https://www.significados.com/valores-sociales/>
17. Mentalidades colectivas. Recuperado de <https://www.hiru.eus/es/ciencias-sociales/los-valores-sociales>
18. Revistas de estudios de Juventud (2005). Jóvenes y medios de comunicación. Navarra – España. Recuperado de http://www.injuve.es/sites/default/files/revista68_completa.pdf
19. Revista de educación en medios de comunicación “Comunica” (2007). La educación en medios de comunicación, España. Recuperado de <https://www.revistacomunicar.com/pdf/comunicar8.pdf>
20. Sedano, W. (2008) La Educación en Medios de comunicación, en la frontera Colombia -Venesolana. Tarragona – España. Recuperado de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8934/wilson.pdf>
21. U.E 309 Educación Ugel Lauricocha (2016) plan estratégico institucional 2016 - 2018 área de gestión institucional / planificación.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO DEL PROYECTO: MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA FORMACIÓN DE VALORES SOCIALES DE LOS ESTUDIANTES DEL NIVEL SECUNDARIO DEL DISTRITO DE BAÑOS-HUANUCO 2019										
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES DE ESTUDIO	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	DISEÑO	POBLACION/ MUESTRA		
<p>PROBLEMA GENERAL ¿Cuál es el nivel de influencia de los medios de comunicación en la formación de valores sociales de los estudiantes del nivel secundario en el distrito de Baños y su repercusión en la población en el año 2019?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar cuál es el nivel de influencia de los medios de comunicación en la formación de valores sociales de los estudiantes del nivel secundario en el distrito de Baños y su repercusión en la población en el año 2019</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL El nivel de influencia de los medios de comunicación en la formación de valores sociales de los estudiantes del nivel secundario en el distrito de Baños y su repercusión en la población en el año 2019 es positivo.</p>	Formación de los Valores sociales de los Medios de comunicación	Las mentalidades colectivas	<ul style="list-style-type: none"> - Lo racional. - Lo emotivo. - Lo imaginario - El inconsciente - El conductual. 	-Instrumento nº 01 Cuestionario.	DESCRIPTIVO SIMPLE	Muestra No probabilística, Tomaremos la totalidad de estudiantes del Colegio Nacional "Tres de Mayo", es decir un total de 204 alumnos, quienes conforman todas de secciones de dicho plantel.		
<p>PROBLEMAS ESPECIFICOS P. E1 ¿Cuál es el nivel de incidencia de los medios de comunicación en La mentalidad colectiva de los estudiantes del nivel secundario en el distrito de Baños y su repercusión en la población en el año 2019?</p>	<p>OBJETIVOS ESPECIFICOS O. E.1. Dar a conocer cuál es el nivel de incidencia de los medios de comunicación en La mentalidad colectiva de los estudiantes del nivel secundario en el distrito de Baños y su repercusión en la población en el año 2019</p>	<p>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS H. E.1. El nivel de incidencia de los medios de comunicación en La mentalidad colectiva de los estudiantes del nivel secundario en el distrito de Baños y su repercusión en la población en el año 2019 es positivo.</p>		leyes y costumbres	<ul style="list-style-type: none"> -Normas de conducta comunitaria -Costumbres tradicionales 				Instrumento nº 01 Cuestionario.	Esquema:
<p>P. E2. ¿Cuál es el nivel de incidencia de los medios de comunicación respecto a las leyes y costumbres de los estudiantes del nivel secundario en el distrito de Baños y su repercusión en la población en el año 2019?</p>	<p>O. E2. Establecer cuál es el nivel de incidencia de los medios de comunicación respecto a Las leyes y costumbres de los estudiantes del nivel secundario en el distrito de Baños y su repercusión en la población en el año 2019</p>	<p>H. E 2. El nivel de incidencia de los medios de comunicación respecto a las leyes y costumbres de los estudiantes del nivel secundario en el distrito de Baños y su repercusión en la población en el año 2019, es positivo.</p>		Las religiones y Creencias	<ul style="list-style-type: none"> -Respeto a la dignidad de la persona. -El amor al prójimo como base de la convivencia. -El bien común y la justicia social como referencia para gobernantes. 					M

ANEXO: 02

CUESTIONARIO

Cuestionario cuantitativo de la tesis titulada: Medios de comunicación en la formación de valores sociales de los estudiantes del colegio nacional “Tres De Mayo” del distrito de Baños-Huánuco 2009”.

1. Edad

- a) De 11 a 12 años
- b) De 13 a 14 años
- c) De 15 a 16 años
- d) De 17 a más años

2. Género

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Diga usted: ¿Cuál de los medios de comunicación es el que más consume?

- a) Radio
- b) Televisan
- c) Internet
- d) Redes sociales

4. ¿Qué programas son los que más le interesa ver o escuchar?

- A) Noticias
- B) Cultura y educación
- C) Deportes y entretenimiento
- D) Música
- E) Dibujos animados

5. Diga usted ¿Sus profesores les recomienda ver o escuchar algún programa en especial?

- a) Siempre
- b) A veces
- c) Nunca
- d) No sabe / no recuerda.

6. Diga usted ¿Sus padres, apoderados o familiares les recomienda ver o escuchar algún programa en especial?
- a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
 - d) No sabe /no recuerda.
7. Diga usted. ¿los medios de comunicación que consume le ayudan a desarrollar los valores sociales como el respeto, la unión y la solidaridad?
- a) Mucho
 - b) Poco
 - c) Casi nada
 - d) Nada
 - e) No sabe /no contesta
8. Diga usted ¿los medios de comunicación que consume han incidido para mejorar tu forma de pensar en relación al trabajo o apoyo colectivo?
- a) Sí, ha incidido significativamente
 - b) No incide
 - c) Incide poco
 - d) No sabe/ no conoce
9. ¿Los medios de comunicación que consume ha incidido en el respeto a la dignidad de la persona y a las leyes vigentes?
- a) Sí, ha incidido significativamente
 - b) No ha incidido
 - c) Incide poco
 - d) No sabe/ no conoce
10. los medios de comunicación que consume han incidido en las normas, costumbres y tradiciones de su comunidad?
- a) Sí, ha incidido significativamente
 - b) No incide
 - c) Incide poco
 - d) No sabe/ no conoce

11. ¿Los medios de comunicación que consume ha incidido con respecto a su creo religioso?
- a) Sí, ha incidido significativamente
 - b) No incide
 - c) Incide poco
 - d) No sabe/ no conoce
12. ¿Los medios de comunicación que consume ha mejorado su capacidad analítica imaginativa y racional?
- a) Sí, ha mejorado
 - b) no ha mejorado
 - c) no sabe /no contesta
12. ¿Los medios de comunicación que consume ha mejorado su estado emotivo facilitando su rendimiento académico y en otras circunstancias de la vida?
- a) Sí, ha mejorado
 - b) no ha mejorado
 - c) no sabe /no contesta
13. ¿Los medios de comunicación que consume ha mejorado su consciencia conductual reflejado en el centro educativo y fuera de ella?
- a) Sí, ha mejorado
 - b) no ha mejorado
 - c) no sabe /no contesta
14. ¿Los medios de comunicación que consume ha mejorado su convivencia basada en el amor al prójimo?
- a) Sí, ha mejorado
 - b) no ha mejorado
 - c) no sabe /no contesta
- 16.. ¿Los medios de comunicación que consume difunde el bien común y a la justicia social?
- a) Sí, difunde
 - b) no difunde
 - c) no sabe /no contesta

Anexo 03

Trabajo de campo: Aplicación de encuestas y de I.E. "Tres de Mayo" de Baños.

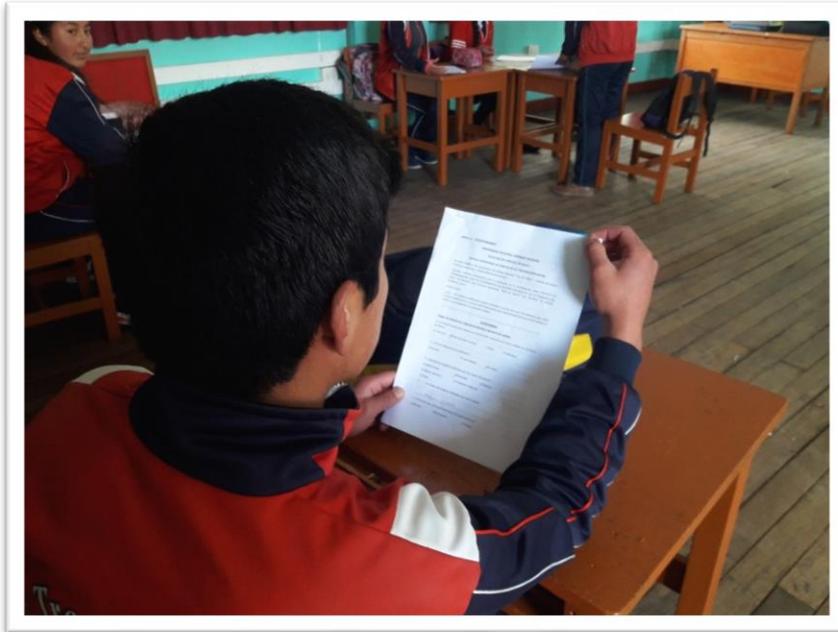
Aula 4^{TO} "B"



Anexo 04:

Trabajo de campo: Aplicación de encuestas y de I.E."Tres de Mayo" de Baños.

Aula 3^{RO} "A"



Anexo 05:

Trabajo de campo: Aplicación de encuestas y de I.E." Tres de Mayo" de Baños.

Aula 3^o "A"



Anexo 06:

Trabajo de campo: Formación de los estudiantes I.E." Tres de Mayo" de Baños.



Anexo 07:

Trabajo de campo: docentes de la I.E." Tres de Mayo" de Baños.

