



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



IMPACTO DE LOS MATERIALES AUDIOVISUALES DE COVID- 19 DE LA RED DE SALUD SAN ROMÁN EN CIUDADANOS DEL DISTRITO DE JULIACA-2020

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. MELANI PARILLO GUTIÉRREZ

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL**

PUNO - PERÚ

2023



Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

IMPACTO DE LOS MATERIALES AUDIOVISUALES DE COVID-19 DE LA RED DE SALUD SAN ROMÁN EN CIUDADANOS DEL DISTRITO DE JULIACA-2020

AUTOR

Melani Parillo Gutierrez

RECuento DE PALABRAS

33633 Words

RECuento DE CARACTERES

181242 Characters

RECuento DE PÁGINAS

173 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

3.3MB

FECHA DE ENTREGA

Oct 11, 2023 3:56 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Oct 11, 2023 3:59 PM GMT-5

● 17% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 15% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 11% Base de datos de trabajos entregados
- 4% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)


Dra. Yudi Janeh Yucra Mamani
DOCENTE


Dra. Yudi J. Yucra Mamani
COORDINADORA INVESTIGACIÓN EPCCS-UNAP

Resumen



DEDICATORIA

Con admiración y mucho cariño dedico la investigación a mis progenitores Pedro Nolasco y Julia Juana, quienes me formaron con buenos valores, me instaron a nunca rendirme frente a las adversidades de la vida y me motivan con sus grandiosos consejos para poder sobrellevar las brechas de la vida.

A mis hermanos Iván, Yuri y Lenin fuente de inspiración para poder cumplir mis objetivos, metas, anhelos y sueños, quienes con sus buenas aptitudes me enseñan a poder escalar la escalera de la vida sin mayor complicación.

A mis profesores de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación Social, quienes fueron los artífices y formadores de mi aprendizaje profesional.

A mis compañeros y amigos, quienes estuvieron conmigo y me animaron para poder seguir cumpliendo mis objetivos trazados.

¡No flageles ante las adversidades, enrúmbate y cumple tus objetivos, nunca es tarde!

Melani Parillo Gutierrez.



AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Nacional del Altiplano – Puno por formar profesionales competitivos con ética deontológica, ser artífices del cambio social mediante la educación a través de sus 35 escuelas profesionales y por comprender que la carrera de comunicación es indispensable para convivir en armonía en la sociedad.

A los docentes de mi querida carrera profesional de Ciencias de la Comunicación Social, porque contribuyeron en nuestros saberes profesionales, nos instaron buenos valores académicos, respeto a la deontología y por ser formadores de buenos profesionales con capacidad resolutive de grandes conflictos sociales.

A mi asesora de tesis Dra. Yudi Janeh Yucra Mamani, por guiarme y aconsejarme durante el proceso de investigación, al igual que los miembros del jurado de mi tesis, quienes orientaron el proceso del estudio.

A mi padre y madre, por concebirme, comprenderme, guiarme por el buen camino del destino, por impulsarme a cumplir mis metas trazadas a lo largo de mi vida y levantarme cuando flagelo.

A los 200 ciudadanos juliaqueños que con mucha paciencia, entusiasmo y sinceridad me ayudaron a responder encuesta-cuestionario del trabajo de investigación.

¡Agradece por lo que tienes hoy, no sabemos que pueda pasar mañana!

Melani Parillo Gutierrez.



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE FIGURAS

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

RESUMEN.....17

ABSTRACT..... 18

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	21
1.2	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	23
1.2.1	Problema general	23
1.2.2	Problema específico.....	24
1.3	HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
1.3.1	Hipótesis general	24
1.3.2	Hipótesis específicas.....	24
1.4	JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
1.5	OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	26
1.5.1	Objetivo general	26
1.5.2	Objetivos específicos	26
1.6	SISTEMA DE VARIABLES Y OPERALIZACIÓN	26
1.6.1	Variable independiente	26
1.6.2	Operacionalización de variables	26



CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	30
2.1.1	Internacionales.....	30
2.1.2	Nacional.....	32
2.1.3	Local.....	33
2.2	MARCO TEÓRICO.....	34
2.2.1	Impacto.....	34
2.2.2	Teorías de los efectos de los medios de comunicación.....	37
2.2.3	Internet (Web 2.0).....	42
2.2.4	El audiovisual.....	46
2.3	MARCO CONCEPTUAL.....	51
2.3.1	Covid-19.....	51
2.3.2	Cuarentena.....	51
2.3.3	Mascarilla.....	52
2.3.4	Distanciamiento social.....	52
2.3.5	Toque de queda o inmovilización social.....	52
2.3.6	Comunicación.....	52
2.3.7	Impacto.....	52
2.3.8	Población.....	53
2.3.9	Información.....	53
2.3.10	Productos Audiovisual.....	53
2.3.11	Guion.....	53
2.3.12	Mensaje.....	53
2.3.13	Target.....	54
2.3.14	Edición.....	54
2.3.15	Empatía.....	54



2.3.16	Medio tradicional tv	54
2.3.17	Spot educativo	54
2.3.18	Materiales visuales	55
2.3.19	Afiche virtual.....	55
2.3.20	El sonido.....	55

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1	MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN	56
3.1.1	Enfoque metodológico.....	56
3.1.2	Tipo de investigación	56
3.1.3	Diseño de la investigación.....	57
3.1.4	Nivel de análisis	57
3.1.5	Unidad de análisis.....	57
3.1.6	Ejes de análisis	58
3.2	POBLACIÓN Y MUESTRA	58
3.2.1	Población	58
3.2.2	Muestra	58
3.2.3	Tipo de muestra	59
3.2.4	Tamaño de la muestra.....	59
3.2.5	Criterios de selección de la muestra	60
3.3	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	60
3.3.1	Encuesta.....	60
3.3.2	Cuestionario.....	60
3.3.3	Instrumento de acopio de información	60
3.4	ÁMBITO DEL ESTUDIO	61
3.4.1	Creación del distrito de Juliaca.....	61
3.4.2	Ubicación geográfica de Juliaca	62



3.4.3	Actividad económica de la población de Juliaca.....	62
3.4.4	Subvenciones económicas por pandemia	63
3.4.5	Servicios básicos del agua y desagüe	64
3.4.6	Contagiados y muertos por Covid-19 año 2020	65
3.4.7	Decretos supremos aprobados por el Estado peruano - Covid-19.....	67

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	70
4.2	CONTRASTACIÓN DE LAS HIPÓTESIS.....	126
4.2.1	Prueba de normalidad	126
4.2.2	Validación de hipótesis.....	130
4.3	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	134
V.	CONCLUSIONES.....	139
VI.	RECOMENDACIONES	142
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍA.....	143
ANEXOS.....		154

ÁREA: comunicación para el desarrollo

TEMA: impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román en ciudadanos del distrito de Juliaca-2020.

Fecha de sustentación: 17 de octubre 2023.



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Actitudes representadas como juicios que son influenciados por información externa (Albarracín et al., s.f., párr. 14).....	36
Figura 2. Casos Covid-19 por lugar de captación Red de Salud San Román.....	66
Figura 3. Género de los ciudadanos juliaqueños encuestados.....	70
Figura 4. Grado de instrucción de los ciudadanos juliaqueños encuestados.....	71
Figura 5. Servicios básicos de agua y desagüe en el distrito de Juliaca.....	73
Figura 6. Calificación de los servicios básicos del agua y desagüe – Juliaca.....	74
Figura 7. Estrés y depresión en ciudadanos juliaqueños a causa del Covid-19.....	76
Figura 8. Ciudadanos perjudicados económicamente a causa del Covid-19.....	78
Figura 9. frecuencia de adquisición de los productos de higiene durante la pandemia 2020.....	79
Figura 10. Beneficiarios de bonos económicos que otorgó el Estado peruano.....	81
Figura 11. Conocimiento sobre la obligatoriedad de las restricciones impuestas por el Estado peruano - Covid-19.....	82
Figura 12. Conocimiento sobre las infracciones y las multas para las personas que no cumplan con las restricciones dictaminadas por el Estado peruano.....	84
Figura 13. Ciudadanos juliaqueños respetan restricciones del Estado peruano.....	86
Figura 14. Quechua idioma alternativo para difundir los materiales audiovisuales.....	87
Figura 15. Frecuencia del lavado de las manos durante la pandemia - 2020.....	88
Figura 16. Realización de la desinfección de frutas y verduras por la pandemia.....	89
Figura 17. Impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 en ciudadanos.....	91



Figura 18. Calificación de los temas de los videos de Covid-19 - 2020.....	92
Figura 19. Calificación del mensaje de los videos de Covid-19 - 2020.....	94
Figura 20. Calificación del sonido de los videos de Covid-19 - 2020.....	95
Figura 21. Calificación de la calidad de las imágenes de los videos de Covid-19.....	97
Figura 22. Calificación del lenguaje utilizado por el locutor en los videos Covid19.....	98
Figura 23. Práctica - desinfección de zapatos y manijas de las puertas – 2020.....	100
Figura 24. Práctica - ciudadanos sobre la utilización del barbijo y mascarillas.....	101
Figura 25. Práctica de los ciudadanos sobre el distanciamiento social de 1 metro.....	103
Figura 26. Práctica de los ciudadanos sobre el confinamiento social.....	104
Figura 27. Contagio de Covid-19 en ciudadanos del distrito de Juliaca-2020.....	106
Figura 28. Impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 difundidos en TV en ciudadanos de Juliaca.....	107
Figura 29. Calificación de los contenidos de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR– 2020.....	109
Figura 30. Calificación del mensaje de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR.....	110
Figura 31. Calificación de la coherencia de las imágenes de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR.....	112
Figura 32. Calificación de lo sencillo de comprender las palabras utilizadas en los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR.....	113
Figura 33. Calificación de los colores utilizados en los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR.....	115



Figura 34. Calificación del tamaño de las letras de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR.....	116
Figura 35. Calificación sobre la cantidad de las imágenes ilustrativas en los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR.....	118
Figura 36. Impacto de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR en ciudadanos juliaqueños.....	119
Figura 37. Cambio de actitud, el cuidado que se debe tener para prevenir Covid19..	1219
Figura 38. Figura cruzada género del encuestado más emociones – Covid-19.....	122
Figura 39. Figura cruzada del género de los encuestados más conocimiento de las restricciones impuestas por el Estado peruano – Covid-19.....	124
Figura 40. Figura cruzada del género del encuestado más impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19.....	125
Figura 41. Prueba de normalidad del impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román – 2020.....	127
Figura 42. Prueba de normalidad del impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 difundidos en TV en los ciudadanos juliaqueños.....	128
Figura 43. Prueba de normalidad sobre el impacto social de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR en ciudadanos juliaqueños.....	129



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables.....	26
Tabla 2. Población del distrito de Juliaca.....	58
Tabla 3. Muestra quinquenal de los ciudadanos elegidos de Juliaca por edades.....	59
Tabla 4. Género de los ciudadanos juliaqueños encuestados.....	70
Tabla 5. Grado de instrucción de los ciudadanos juliaqueños encuestados.....	71
Tabla 6. Servicios básicos de agua y desagüe en el distrito de Juliaca.....	72
Tabla 7. Calificación de los servicios básicos del agua y desagüe - Juliaca.....	74
Tabla 8. Estrés y depresión en ciudadanos juliaqueños por la Covid-19 - 2020.....	75
Tabla 9. Ciudadanos perjudicados económicamente a causa del Covid-19.....	77
Tabla 10. frecuencia de adquisición de los productos de higiene durante la pandemia.....	79
Tabla 11. Beneficiarios de bonos económicos que otorgó el Estado peruano.....	80
Tabla 12. Conocimiento sobre la obligatoriedad de las restricciones impuestas por el Estado peruano - Covid-19.....	82
Tabla 13. Conocimiento sobre las infracciones y las multas para las personas que no cumplan con las restricciones dictaminadas por el Estado peruano.....	84
Tabla 14. Ciudadanos juliaqueños respetan restricciones del Estado peruano por miedo a la Covid-19.....	85
Tabla 15. Quechua idioma alternativo para difundir los materiales audiovisuales.....	87
Tabla 16. Frecuencia del lavado de las manos durante la pandemia – 2020.....	88
Tabla 17. Realización de la desinfección de frutas y verduras por la pandemia.....	89



Tabla 18. Impacto - materiales audiovisuales de Covid-19 en los ciudadanos.....	90
Tabla 19. Calificación de los temas de los videos de Covid-19 – 2020.....	92
Tabla 20. Calificación del mensaje de los videos de Covid-19 – 2020.....	93
Tabla 21. Calificación del sonido de los videos de Covid-19 - 2020.....	95
Tabla 22. Calificación de la calidad de las imágenes de los videos de Covid-19.....	96
Tabla 23. Calificación del lenguaje utilizado por el locutor en los videos -Covid.....	98
Tabla 24. Práctica de la desinfección de zapatos y manijas de las puertas – 2020.....	99
Tabla 25. Práctica - ciudadanos sobre la utilización del barbijo y mascarillas.....	101
Tabla 26. Práctica de los ciudadanos sobre el distanciamiento social de 1 metro.....	102
Tabla 27. Práctica de los ciudadanos sobre el confinamiento social.....	104
Tabla 28. Contagio de Covid-19 en ciudadanos del distrito de Juliaca-2020.....	105
Tabla 29. Impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 difundidos en TV en ciudadanos de Juliaca.....	107
Tabla 30. Calificación de los contenidos de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR -2020.....	108
Tabla 31. Calificación del mensaje de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR.....	110
Tabla 32. Calificación de la coherencia de las imágenes de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR.....	111
Tabla 33. Calificación de lo sencillo de comprender las palabras utilizadas en los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR.....	113



Tabla 34. Calificación de los colores utilizados en los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR.....	114
Tabla 35. Calificación del tamaño de las letras de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR.....	116
Tabla 36. Calificación sobre la cantidad de las imágenes ilustrativas en los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR.....	117
Tabla 37. Impacto de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR en ciudadanos juliaqueños.....	119
Tabla 38. Cambio de actitud, cuidado que se debe tener para prevenir el Covid19.....	120
Tabla 39. Tabla cruzada género del encuestado más emociones – Covid19.....	122
Tabla 40. Tabla cruzada del género del encuestado más el conocimiento de las restricciones del Estado peruano.....	123
Tabla 41. Tabla cruzada del género del encuestado más impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19.....	125
Tabla 42. Prueba de normalidad del impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román – 2020.....	127
Tabla 43. Prueba de normalidad del impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 difundidos en TV en los ciudadanos juliaqueños de 25-49.....	128
Tabla 44. Prueba de normalidad sobre el impacto de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR en los ciudadanos.....	129
Tabla 45. Prueba T Student para una muestra sobre el impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 en ciudadanos juliaqueños.....	131



Tabla 46. Prueba T Student para una muestra sobre el impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 difundidos en TV de la RSSR en ciudadanos juliaqueños.....132

Tabla 47. Prueba T Student para una muestra sobre el impacto de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR en ciudadanos juliaqueños.....133



ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

- DPEJ: Diccionario panhispánico del español jurídico
- UNICEF: Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia
- INEI: Instituto Nacional de Estadística e Informática
- MCLCP: Mesa de Concertación para la Lucha Contra la Pobreza
- OMS: Organización Mundial de la Salud
- OPS: Organización Panamericana de la Salud
- RAE: Real Academia Española
- RSSR: Red de Salud San Román
- MINSA: Ministerio de Salud
- SEDAJULIACA: Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Juliaca.



RESUMEN

El trabajo de investigación titulado “Impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román en ciudadanos del distrito de Juliaca-2020” tiene como objetivo determinar el impacto de los materiales audiovisuales por Covid-19 de la Red de Salud San Román en los ciudadanos del distrito de Juliaca. El método de la investigación es cuantitativo de tipo descriptivo de diseño no experimental - transaccional o transversal. En cuanto a la muestra del trabajo es la no probabilístico, de muestreo intencional, seleccionando ciudadanos del distrito de Juliaca entre las edades de 25 a 49 años que hayan visto los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román-2020 (RSSR). Señalamos que la muestra fue de 200 pobladores. Se recurrió a la técnica de la encuesta de la Escala de Likert, con su instrumento que fue el cuestionario con 31 preguntas del estudio y 4 sociodemográficas. La información obtenida se procesó en el programa estadístico SPSS 24. Se concluye que los materiales audiovisuales de Covid-19 de la RSSR difundidos en TV - 2020 fueron los que causaron mayor impacto en los ciudadanos juliaqueños encuestados con el 39,5% del total de la muestra. Mientras que, los materiales visuales difundidos en Facebook impactaron de manera “relativamente positiva” en el 37,5%. También se concluye en que, la mayoría de los ciudadanos respetaron las medidas preventivas dictaminadas por el Estado peruano por miedo a contagiarse con el coronavirus y las multas impuestas para las personas que no cumplan con las restricciones. En la investigación se halló que, el 42,5% de los ciudadanos encuestados experimentaron las emociones de estrés y depresión, debido al incremento de casos positivos de Covid-19, las muertes prematuras y la falta de producción de materiales audiovisuales en relación a la salud mental de los pobladores.

Palabras Clave: Comunicación, Covid-19, Impacto, Material Audiovisual, Salud.



ABSTRACT

The research work titled “Impact of the Covid-19 audiovisual materials of the San Román Health Network on citizens of the Juliaca-2020 district” aims to determine the impact of the Covid-19 audiovisual materials of the Health Network San Román in the citizens of the Juliaca district. The research method is quantitative, descriptive with a non-experimental design - transactional or transversal. As for the work sample, it is non-probabilistic, intentional sampling, selecting citizens of the Juliaca district between the ages of 25 and 49 who have seen the Covid-19 audiovisual materials of the San Román Health Network-2020 (RSSR). We point out that the sample was 200 residents. The Likert Scale survey technique was used, with its instrument being the questionnaire with 31 study questions and 4 sociodemographic questions. The information obtained was processed in the SPSS 24 statistical program. It is concluded that the audiovisual materials of Covid-19 of the RSSR broadcast on TV - 2020 were the ones that caused the greatest impact on the Juliaca citizens surveyed with 39.5% of the total the sample. Meanwhile, the visual materials disseminated on Facebook had a “relatively positive” impact on 37.5%. It is also concluded that the majority of citizens respected the preventive measures dictated by the Peruvian State for fear of becoming infected with the coronavirus and the fines imposed for people who do not comply with the restrictions. The research found that 42.5% of the citizens surveyed experienced the emotions of stress and depression, due to the increase in positive cases of Covid-19, premature deaths and the lack of production of audiovisual materials in relation to the mental health of the residents.

Keywords: Audiovisual Material, Communication, Covid-19, Health, Impact.



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Según el informe del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF, 2020) la Covid-19 constituye la mayor crisis económica y sanitaria que Perú ha enfrentado en los últimos años; y debido a las medidas sanitarias impuestas por el Estado peruano en el año 2020 las familias cuyos ingresos dependen de trabajos informales fueron las más afectadas, también ocasionaron la pérdida de 1,5 millones de puestos laborales y una reducción en los ingresos de las familias del 10,5%, de acuerdo con las evaluaciones de la Organización Internacional del Trabajo.

Uno de los recursos comunicacionales para informar y persuadir a las personas de tomar medidas de protección y cuidado para evitar contagiarse del coronavirus fueron los materiales audiovisuales, que se difundieron a través de los medios tradicionales locales (TV) y redes sociales (Facebook). Los productos audiovisuales difundidos a través de estos medios de comunicación masivos de la provincia de San Román fueron los spots educativos sobre la prevención del Covid-19, entrevistas a profesionales de la salud, casos representativos de ciudadanos que portaban el virus; en el caso de las redes sociales se publicaron diseños de afiches para prevenir el coronavirus, así como spots, entrevistas e imágenes-videos sobre las acciones preventivas contra la Covid-19 de la Red de Salud San Román.

Los medios de comunicación de Puno diseñan campañas preventivas para combatir la enfermedad y evitar contagios; así como productos comunicacionales de spots educativos sobre vacunas, síntomas, variantes de la COVID-19, entre otros, destacan otras producciones como radionovelas, mesas redondas, difusión de actividades de prevención del sector salud; asimismo, utilizan de manera simultánea las redes sociales



WhatsApp y Facebook, por lo que sus prácticas de responsabilidad social también se dan a conocer por estos medios (Yucra et al., 2022, sección conclusiones).

La investigación se realizó para conocer el impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román (RSSR) en ciudadanos del distrito de Juliaca-2020.

En el capítulo I, está plasmado el planteamiento del problema, las preguntas específicas, la justificación, objetivos, hipótesis de la investigación y el sistema de variables y la operacionalización.

En el capítulo II, se describe la teoría de la investigación como: los antecedentes de la investigación internacional, nacional y local. También, se representa el marco teórico, marco conceptual, donde se define el significado de las palabras utilizadas durante el proceso de investigación y las hipótesis.

En el capítulo III, se muestra el método de la investigación, enfoque metodológico, tipo de la investigación, diseño de la investigación, nivel de análisis, unidad de análisis, ejes de análisis, la población y muestra, tipo de muestra, tamaño de la muestra, las técnicas de investigación, el instrumento de acopio de información y la ubicación geográfica del estudio.

El capítulo IV, se efectúa la presentación de resultados, contrastación de hipótesis y la discusión de resultados de la investigación.

En el último fragmento de la investigación se plasma las conclusiones en función a los objetivos trazados por la investigadora, así como las recomendaciones, bibliografía y los anexos.



1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El impacto de los materiales audiovisuales en el año 2020 cuando se conoció que el virus mortal denominado Covid-19 proveniente de Wuhan (China) llegó al Perú, se vio reducida en el distrito de Juliaca, debido a la falta de pluralidad de idiomas, la falta de conocimiento del tema, escasa producción de materiales audiovisuales de Covid-19 y la falta de técnicas audiovisuales.

Según Marino et al. (2020) menciona que, “no es lo mismo consumir un producto audiovisual, que profundizar en el conocimiento de su mensaje y sus códigos; para luego proceder a crear y producir un contenido propio. Como precisa Acaso (2011, como se citó en Marino et al., 2020), “sólo llegamos a un nivel de lectura superficial: no aprendemos a decodificarlo ni, mucho menos, aprendemos a construir un mensaje con él” (p.25).

Estos códigos y reglas varían de acuerdo con el tipo de canal utilizado, y a los avances tecnológicos que influyen en los diferentes actores o elementos del proceso de la comunicación: El emisor, que reemplaza el encuentro cara a cara por un soporte online de pantalla a pantalla; el texto del mensaje, que se codifica con diversos registros (emoticones y stickers); el canal análogo, que es todo sistema compatible con los productos audiovisuales; y el receptor actual, que tiene ciertas expectativas de consumo de los mensajes, destacando su decodificación fragmentada y simultánea; además de su búsqueda por proponer y/o crear nuevos contenidos, en un mundo caracterizado por la irrupción de la narrativa transmedia en cualquier tipo de comunicación (Marino et al., 2020).

Otro de los problemas que se presentaron en los materiales audiovisuales de Covid-19 difundidos en el año 2020 de la RSSR es la falta de pluralidad de idiomas y el dominio de lenguas de los pueblos originarios en los especialistas de



comunicaciones de la RSSR y el MINSA, generando una brecha entre las acciones preventivas contra el coronavirus y la población, y por las que estos productos no impactaron lo suficiente en los ciudadanos que tienen como idioma materno el quechua – aimara. Según Warleta (s.f.) “en el Perú el quechua y el aimara son idiomas de uso oficial en determinadas zonas del país, y estas lenguas y las demás lenguas aborígenes forman parte del patrimonio cultural de la nación” (párr. 28).

Lo mencionado se puede visualizar en las cifras aterradoras de personas contagiadas por la Covid-19 durante el año 2020 en el distrito de Juliaca, que según la unidad de Epidemiología y Salud Ambiental de la Red de Salud San Román hubo 16, 053 casos positivos con el coronavirus y 488 ciudadanos fallecidos por la misma enfermedad, pese a los esfuerzos realizados por el Estado peruano y las entidades correspondientes.

Según la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2020) América Latina y el Caribe presentaron algunas de las cifras más altas de casos positivos de Covid-19, la falta de acceso a la atención sanitaria y a la información de calidad en materia de salud es especialmente grave en las zonas rurales y remotas, y afecta particularmente a los pueblos indígenas, cuentan con sistemas de salud fragmentados y desiguales y no están suficientemente preparados para manejar una crisis sanitaria y humana de esta magnitud.

A medida que pasaban los días durante el año 2020 empezaron a colapsar los hospitales y postas de salud, los materiales audiovisuales no impactaron lo suficiente en el cambio de actitud de los ciudadanos juliaqueños y así poder prevenir la propagación del virus en los pobladores; las razones fue el idioma, cultura de higiene, la calidad de los productos audiovisuales, la falta de producción de materiales audiovisuales informativos – educativos, la falta de los servicios básicos como el agua



y desagüe, la falta de preparación de la utilización de medios digitales por parte de los encargados de las oficinas de comunicaciones del Ministerio de Salud y de la Red de Salud San Román, así como las brechas informativas que se presentaron durante ese año, la falta de presupuesto desde el gobierno central hacía las oficinas de comunicaciones del Ministerio de Salud y la Red de Salud San Román.

Las limitaciones que afrontaron los medios de comunicación en Puno es la falta de expertos en el tema (Covid-19), las especulaciones sobre posibles peores escenarios y la existencia de mucha información en internet (verdadera y falsa), a ello se suma la falta de conocimiento sobre la pandemia de entonces y las recientes investigaciones sobre el SARS-CoV-2, las especulaciones en torno al tema fueron escenarios que favorecieron el desarrollo de los fake news (Yucra, et al., 2022).

Por ello es de suma importancia investigar Cuál es el impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román en ciudadanos del distrito de Juliaca – 2020. Los resultados del trabajo que se obtuvieron demuestran lo relevante que es la ejecución adecuada de estos productos audiovisuales, ello para prevenir futuras pandemias y no volver a tener un colapso en salubridad.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Después de haber descrito el problema de la investigación se plantea las siguientes preguntas:

1.2.1 Problema general

¿Cuál es el impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román en ciudadanos del distrito de Juliaca – 2020?



1.2.2 Problema específico

- ¿Cuál es el impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román difundidos en TV en ciudadanos del distrito de Juliaca-2020?
- ¿Cuál es el impacto de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la Red de Salud San Román en ciudadanos del distrito de Juliaca-2020?

1.3 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Hipótesis general

El impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román es relativamente positivo para prevenir el virus en los ciudadanos del distrito de Juliaca 2020.

1.3.2 Hipótesis específicas

- El impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román difundidos en TV es relativamente positivo para prevenir el virus en los ciudadanos del distrito de Juliaca 2020.
- El impacto de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la Red de Salud San Román es relativamente positivo para prevenir el virus en los ciudadanos del distrito de Juliaca 2020.

1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se enfocará en el impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román en ciudadanos del distrito de Juliaca – 2020, debido al colapso de los hospitales y postas de salud durante el brote del virus mortal denominado “Covid-19”, teniendo 16053 casos positivos en el periodo marzo –



diciembre del año 2020 y 488 personas fallecidas en el mismo periodo en el distrito de Juliaca.

La producción de calidad de materiales audiovisuales es de suma importancia en la actualidad para conseguir sensibilizar en el cambio de actitud de las ciudadanas y los ciudadanos juliaqueños sobre los temas de salubridad; ya que en el año 2020 cuando la Covid-19 llegó al Perú se visualizó que la mayoría de los pobladores vivieron momentos de pánico a causa de las brechas informativas y falta de pluralidad en los idiomas de los productos audiovisuales difundidos a través de los medios locales (televisión) y redes sociales (Facebook).

Los materiales audiovisuales elaborados por especialistas en comunicación del Ministerio de Salud y de la Red de Salud San Román en el año 2020 carecían de información de primera mano, la mayoría de los videos y material visual solo contenían temas preventivos para el Covid-19 (adecuado lavado de manos, qué es el Covid-19, utilización adecuada de barbijo, distanciamiento social y casos de personas contagiadas) y carecía de investigación elaborada por especialistas peruanos en salud; así como la carencia de productos visuales y audiovisuales sobre la salud mental de los ciudadanos en tiempos de pandemia, a causa de ello, la generación de problemas familiares, sociales, económicos y laborales.

La investigación proporciona información estadística y el análisis reflexivo sobre la percepción de los ciudadanos y ciudadanas juliaqueñas sobre los materiales audiovisuales de Covid-19 difundidos por la Red de Salud San Román en el año 2020 en los medios tradicionales y redes sociales, la cual busca conocer cuál fue el impacto de los materiales audiovisuales por Covid-19 en los ciudadanos juliaqueña.

También la investigación brinda información útil para la mejora de la calidad de los materiales audiovisuales y el cierre de brechas de la pluralidad de idiomas.

1.5 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 Objetivo general

Conocer el impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román en los ciudadanos del distrito de Juliaca - 2020.

1.5.2 Objetivos específicos

- Determinar el impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román difundidos en Tv en los ciudadanos del distrito de Juliaca - 2020.
- Determinar el impacto de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la Red de Salud San Román en los ciudadanos del distrito de Juliaca - 2020.

1.6 SISTEMA DE VARIABLES Y OPERALIZACIÓN

1.6.1 Variable independiente

Impacto de los materiales audiovisuales por Covid-19 de la Red de Salud San Román en ciudadanos juliaqueños 2020.

1.6.2 Operacionalización de variables

Tabla 1.

Operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Indicador	Técnica o instrumento
	Nivel de conocimiento y emociones	- Conocimiento sobre la normativa en relación a la Covid-19.	Encuesta: Cuestionario estructurado



Impacto de los materiales audiovisuales de covid-19 de la Red de Salud San Román en ciudadanos de Juliaca 2020	sobre la covid-19.	<ul style="list-style-type: none">- Conocimiento sobre las restricciones impuestas por el Estado peruano - 2020.- Emociones-sentimiento que causó la Covid-19 en ciudadanos	
	Agua-desagüe y calificación	<ul style="list-style-type: none">- Saneamiento de agua y desagüe- Juliaca.- Calificación de los servicios básicos del agua y desagüe.	
	Social económico	<ul style="list-style-type: none">- Perjudicados económicamente a causa de la covid-19.- Beneficiario de bonos económicos que ofreció el estado peruano-2020 durante el brote de la Covid-19.- Frecuencia de adquisición de los productos de higiene para combatir la Covid-19.	
		<ul style="list-style-type: none">-Frecuencia de visualización de los materiales audiovisuales de covid-19 producidos por la Red de Salud San Román difundidos en Facebook.- Tipo de materiales audiovisuales más vistos.	



Exposición de los materiales audiovisuales de la Red de Salud San Román	VIDEOS (TV) <ul style="list-style-type: none">- Sonido o pistas musicales de los videos de Covid-19.- Calidad de las imágenes de los videos de Covid-19.- El lenguaje del locutor de los videos de Covid-19.- El mensaje de los videos de Covid-19.- El contenido de los videos de Covid-19. MATERIAL VISUAL (Facebook) <ul style="list-style-type: none">- Ilustraciones del material visual de Covid-19.- Mensaje de los materiales visuales de Covid-19.- Tema de los materiales visuales de Covid-19.- Colores de los materiales visuales de Covid-19.- Tamaño de letras de los materiales visuales de Covid-19.	
Percepción de la utilidad y relevancia de los materiales audiovisuales de Covid-19	<ul style="list-style-type: none">- Porcentaje de ciudadanos que consideran que los materiales audiovisuales son útiles para comprender mejor la covid-19 y sus medidas de prevención.- Opiniones sobre la calidad y claridad de la información presentada en los materiales audiovisuales.	Encuesta: Cuestionario estructurado



	Actitudes hacia las medidas de prevención	<ul style="list-style-type: none">- Porcentaje de ciudadanos que muestran una actitud positiva hacia las medidas de prevención promovidas en los materiales audiovisuales.- Porcentaje de ciudadanos que han adoptado medidas preventivas después de ver los materiales audiovisuales.	
	Cambios de actitud	<ul style="list-style-type: none">- Porcentaje de ciudadanos que han modificado sus hábitos de higiene tras la propagación de la Covid-19 en el año 2020.- Ciudadanos que respetaron el distanciamiento social de un metro.- Ciudadanos que respetaron el toque de queda.- Ciudadanos que respetaron la utilización de barbijo y mascarilla.	

Fuente: Elaboración propia.



CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1 Internacionales

López (2018) en su trabajo de tesis titulada “Análisis de la comunicación audiovisual y su influencia en el perfil profesional de los estudiantes del quinto semestre sección nocturna en la facultad de comunicación social de la universidad de Guayaquil-2012” tiene los siguientes hallazgos:

Su objetivo fue analizar la comunicación audiovisual y su influencia en el perfil profesional de los estudiantes del quinto semestre de la Facultad de Comunicación Social. El diseño de la investigación es no experimental, transaccional o transversal, el tipo de investigación es descriptiva de enfoque cualitativo - cuantitativo.

El estudio concluyó en que, identificaron el impacto de la comunicación audiovisual en los estudiantes y encontraron algunas debilidades, concretamente que no hay mucho conocimiento sobre los elementos audiovisuales para saber utilizarlos, lo que preocupa a algunos, debido a las exigencias actuales de los empleadores cuando tienen que elegir el perfil adecuado para su puesto de trabajo.

Aizpuru (2016) en su trabajo de tesis titulado “El audiovisual como herramienta de cambio social de jóvenes en situación de exclusión en Guatemala (2004-2014)” tiene los siguientes hallazgos:

Su objetivo es analizar si los proyectos dirigidos a jóvenes que utilizan el audiovisual como herramienta formativa y de cambio social inciden efectivamente en la transformación, tanto de los participantes



como de su entorno comunitario más próximo y de la sociedad en un sentido amplio. Se han utilizado diferentes técnicas cuantitativas y cualitativas, las principales herramientas metodológicas empleadas han sido: la observación no participante y la revisión documental, los estudios de caso, los protocolos de análisis de proyectos y materiales, las historias de vida y las entrevistas no estructuradas a expertos.

El estudio concluyó que existe una necesidad creciente de involucrar a una gran gama de personas en la vida política -especialmente a los jóvenes, futuros creadores y héroes- e internalizar enfoques integrados democráticos y participativos con la ayuda de la educación. Si bien es una idea utópica creer que los talleres audiovisuales cambiarán el futuro del país, el desarrollo de la conciencia de la realidad en los jóvenes y la capacidad de realizar pequeños cambios en su entorno inmediato es un paso que vale la pena seguir. También se concluyó que el producto (video) debe satisfacer y atraer la atención del espectador, pero el proceso de participación en el video debe verse como un medio y no como un fin, donde el empoderamiento progresivo es más importante que el resultado.

Gil, (2018) en su trabajo de tesis titulado “Neurocomunicación audiovisual: intereses comunes entre la neurociencia y la comunicación audiovisual”, obtuvo los siguientes hallazgos:

Su objetivo planteado fue de desarrollar y proponer las bases para un **modelo teórico** integrador para el estudio del consumo y la creación de contenidos audiovisuales desde una perspectiva neurocientífica, teniendo en cuenta a la emoción y a la curiosidad como principales mecanismos de



la motivación y la satisfacción del consumo audiovisual. La metodología cualitativa con una visión multidisciplinar, utilizando una metodología de recopilación y análisis documental de estudios, tanto teóricos como empíricos.

La investigación concluyó en que, la teoría de la "simulación encarnada" basada en las neuronas espejo proporciona una nueva perspectiva sobre el contagio emocional y la implicación física consciente e inconsciente del espectador en la experiencia del protagonista en los medios audiovisuales. Muchos investigadores coinciden en que la emoción y la curiosidad son fenómenos fundamentales que motivan el consumo de contenidos audiovisuales. En otras palabras, motivación de consumo = (emoción + curiosidad) expectativas.

2.1.2 Nacional

Lecaros (2014) en su trabajo de tesis titulada “Material educativo audiovisual y su influencia en el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes de periodismo en el curso de opinión pública: Universidad Jaime Bausate y meza” obtuvo los siguientes hallazgos:

Su objetivo fue determinar la influencia de la aplicación del material educativo audiovisual en el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes de periodismo en el curso de Opinión Pública de la Universidad Jaime Bausate y Meza (UJBM). La investigación no experimental fue de carácter evaluativa de nivel explicativa. Se emplea las técnicas del juicio de experto o jueces (05 docentes especialistas). los instrumentos son cuestionarios valorativos de apreciación directa de los materiales. La población de estudio, estuvo



constituida aproximadamente por 1573 estudiantes; que se sometió a un análisis que comprendió 03 docentes que aplicaron el material audiovisual y 200 estudiantes matriculados.

Este estudio concluye que, en el contexto del problema de la formación profesional en las universidades, es decir, la aplicación de materiales didácticos en la enseñanza y el aprendizaje, los resultados del análisis de evaluación sobre la aplicación de materiales didácticos audiovisuales tienen un impacto significativo en la eficiencia del proceso educativo en los estudiantes de periodismo en la asignatura de Opinión Pública de la Universidad Jaime Bausate y Meza (UJBM). La eficiencia es muy alta: 0,762 (C para mayor consistencia).

2.1.3 Local

Terraza & Vásquez (2018) en su tesis titulado “El uso de los materiales audiovisuales y su influencia en el aprendizaje en el área de comunicación en los estudiantes del primer grado de la institución educativa politécnico Huáscar de Puno, año 2017” obtuvo los siguientes hallazgos:

Su objetivo general, determinar la influencia del uso de materiales audiovisuales en el aprendizaje del área de comunicación de los estudiantes del primer grado de la Institución Educativa Politécnico Huáscar, durante el año escolar 2017. El tipo de investigación es experimental, El diseño es cuasi experimental de dos grupos con pre y post test, la técnica que se utiliza es del examen, con Instrumento de Prueba escrita de entrada y salida.

La investigación concluye en que el uso de materiales audiovisuales y su influencia en el aprendizaje del área de comunicación



mejoró de manera significativa de la escala deficientes (10.55) a la escala de bueno (15.02) en la mayoría de los estudiantes del primer grado “B” de la Institución Educativa Secundaria “Politécnico Huáscar” de la ciudad de Puno. Pues el valor de la T calculada (T_c) es de 4 y es superior al valor de la T tabulada (T_t) 1.6860 con un nivel del 95% de significancia, por lo tanto, se asume que la hipótesis de investigación planteada en el proyecto de investigación, es cierta.

2.2 MARCO TEÓRICO

2.2.1 Impacto

El impacto es el efecto producido en la opinión pública por un acontecimiento, una disposición de la autoridad, una noticia, una catástrofe (RAE, s.f., definición 5).

White (como se citó en Villasante y Mendizabal, 2018) afirma que, “el impacto social suele ser utilizado para hacer referencia a un esfuerzo por describir y, posiblemente, cuantificar los efectos producidos por una investigación, intervención o política” (p. 20).

El impacto social se puede definir de distintas maneras, pero para Vanclay et al. (como se citó en Carbal et al. 2020) afirman lo siguiente:

El impacto social es el efecto que causan las acciones humanas en una comunidad, participen o no en esa acción, y abarca diversos ámbitos de la vida social, tales como: Formas de interacción, cohesión, gobierno, cultura y transformación poblacional. Y los entornos en los que se desarrollan, además de su papel como proveedores de recursos, tienen un impacto directo en la salud y el bienestar de las personas. La definición anterior se puede desglosar en diferentes variables como:



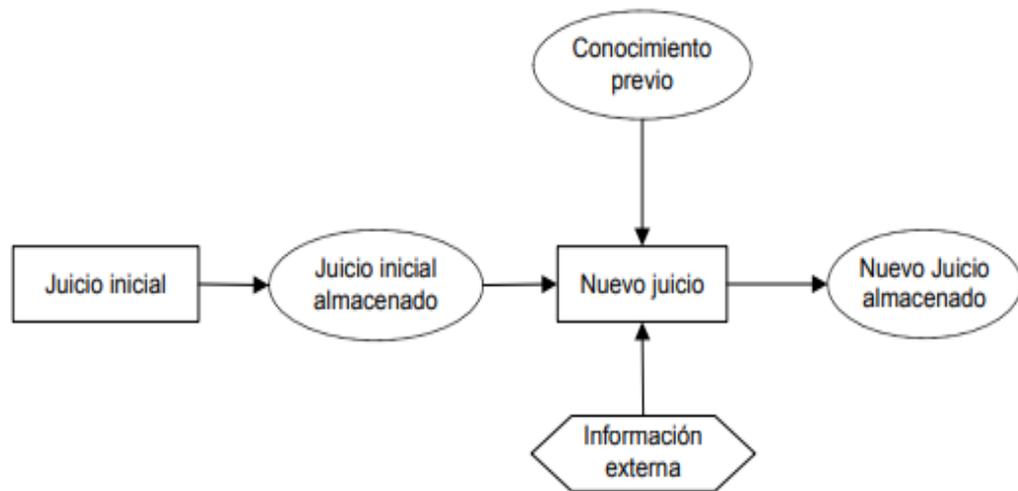
Estilo de vida (cómo vivimos, trabajamos, jugamos y socializamos) **Cultura** (creencias, costumbres, valores, lengua o dialecto) **Comunidad** (cohesión, estabilidad, características familiares, red de amigos). **Estructuras institucionales** (organizaciones, gobierno local, participación en la toma de decisiones y colaboración con sistemas más grandes); **Medio ambiente** (calidad del aire, agua, alimentación, ruido, higiene, seguridad, riesgos y peligros). **Salud y bienestar** (bienestar físico, mental, social y espiritual). **Efectos psicosociales** (miedo, percepción del proyecto, seguridad, impacto en los objetivos personales y familiares). **Cambio de población** (población actual y proyectada, diversidad étnica y racial, emigración y llegada de residentes locales y extranjeros). **Recursos comunitarios**: recursos naturales, uso del suelo, vivienda, servicios, historia local, recursos arqueológicos y culturales.

2.2.1.1 Actitudes

Para Tesser (como se citó en Albarracín et al.) “las actitudes de las personas son por lo general el resultado tanto de los procesos de relativo largo plazo como la socialización, y de exposiciones de corto plazo a información en el entorno. Algunas actitudes también pueden ser hereditarias”. “Estas actitudes sufren transformaciones secuenciales que dan paso a las reacciones afectivas sociales del individuo, creencias, actitudes y acciones manifiestas. Estas cogniciones y comportamientos cobran vida propia e interactúan dinámicamente, generando y recibiendo influencias en un ciclo mutuo y siempre cambiante” (Albarracín et al., s.f., párr. 14).

Figura 1.

“Actitudes representadas como juicios que son influenciados por información externa, memoria de juicios pasados, conocimiento previo y nuevos juicios almacenados” (Albarracín et al., s.f., párr. 14).



Nota: representa el hecho que un juicio inicial acerca de un objeto puede almacenarse para luego emplearse, sin embargo, la representación de este juicio evaluativo en la memoria permanente, es diferente del juicio inicial representado en línea y de los juicios posteriores que pueden formarse cuando recuerda el juicio inicial: Un tipo de representación existe en forma latente y almacenada, a pesar de que las personas no están conscientes de ello, el otro tipo de representación, el juicio, sólo existe en la consciencia y en la memoria de trabajo, incluso luego de recuperar un antiguo juicio o almacenar uno nuevo, basado en un juicio previo u otra información que está accesible en la memoria o es suministrada externamente. (Albarracín et al., s.f., párr. 14)

Para Levelt (2002, como se citó en Alonso et al., 2006) “las actitudes implican fundamentalmente aspectos razonados y calculados, mientras que la



investigación sobre las emociones incluye conductas impulsivas, más o menos automatizadas, Sin embargo, ambos temas, actitudes y emociones, están estrechamente relacionados entre sí, ya que las actitudes implican elementos afectivos y las emociones generalmente incluyen elementos cognitivos” (p. 140).

El estrés provoca un cambio en la conducta del ser humano y se aplica no sólo a los cambios negativos (cambios no deseados que ocurren en nuestras vidas y que están completamente fuera de nuestro control), sino también a los cambios positivos (la necesidad de realizar ajustes que traerán cambios positivos en su vida), las "molestias" o dificultades a las que nos enfrentamos a diario (incluidas presiones de tiempo, preocupaciones en el trabajo, agitaciones familiares, problemas financieros, etc.), eventos que interpretamos como no deseados o forzados: aunque la naturaleza del evento en sí no es estresante, se convierten en una fuente importante de estrés en nuestras vidas (Hennessy y Wiesenthal, 1999, como se citó en Alonso et al. 2006).

2.2.2 Teorías de los efectos de los medios de comunicación

Para West y Turnner (2004) “los efectos de los medios de comunicación son muchas veces indirectos, las personas no solo emplean sus observaciones personales sobre la opinión pública, también se basan en los medios de comunicación, acuden a estas para confirmar o desmentir sus observaciones y así interpretar sus propias-observaciones” (p. 371).

Noelle (1991, como se citó en West y Turnner, 2004) Los medios tienen tres características: ubicuidad, acumulación y consonancia; la *ubicuidad* se refiere a que los medios son fuentes omnipresentes de información y la gente confía en



ellos para encontrar información, la *acumulación* se refiere al proceso de transmisión y repetición de noticias entre los mismos medios masivos en un tiempo determinado, la *consonancia* representa la similitud de creencias, ideas y valores de los profesionales de los medios masivos, quienes confirman sus opiniones y haciéndolas parecer como si provinieran del público en general. Estos garantizan que se escuchen las voces de la mayoría y que aquellos que desean evitar el aislamiento permanezcan en silencio.

A lo largo de los años se ha estudiado diferentes teorías de los efectos de los medios de comunicación en los ciudadanos de las diferentes localidades y cómo influyen en nuestras vidas, West y Turner (2004) ahonda en cuatro teorías y son las siguientes:

La teoría del análisis del cultivo: Se centra en la influencia de la televisión en nuestras vidas. Esta teoría se preocupa por los efectos de una larga exposición en la percepción que las personas tienen del mundo. Asimismo, la teoría del cultivo tiene dos formas: la integración y la resonancia. La integración se refiere a las construcciones de la realidad social que forman los espectadores habituales de la televisión y se acercan a la corriente dominante (los mensajes repetitivos de los medios de masas), una realidad culturalmente imperante, que es más parecida a la realidad de la televisión que a cualquier realidad externa, ponderable y objetiva. La resonancia se da cuando la realidad social cultivada para estas personas podría casar con su realidad objetiva, pero su efecto más probable es que se impida que se forme una realidad más optimista.

El análisis del Cultivo tiene tres problemas: Primero, las ideas de la televisión y los símbolos que las expresan no han sido creadas en ese



medio de comunicación. Segundo, el análisis del cultivo ignora la amplia variedad en “la organización y la expresión de las ideas que aparecen en el mundo de la televisión”. Tercero, no contempla la posibilidad de que los individuos puedan aplicar significados diferentes e individuales a lo que ven en la televisión (Newcomb, 1978, como se citó en West y Turner, 2004, p. 343).

La teoría de los usos y las gratificaciones: afirma que el espectador/oyente es capaz de discriminar en el consumo de medios de comunicación. Se preocupa de lo que hacen las personas con un medio de comunicación concreto.

También distingue entre la actividad y el ser activo. La actividad se refiere a lo que los consumidores de los medios de masa hacen (eligen leer las noticias en internet en vez del periódico). El ser activo se refiere a la libertad y la autonomía de la audiencia frente a los medios de comunicación de masa.

En ese mismo sentido, Philip Palmgreen, Laurence Wenner y Karl Rosenberg (1985, como se citó en West y Turner, 2004) escriben que “una variedad de gratificaciones de la audiencia (buscadas y obtenidas) se relacionan con un amplio espectro de efectos de los medios de comunicación, entre los que se encuentran el conocimiento de dependencia, las opiniones, las percepciones de realidad social, el establecimiento de la agenda, el debate y varios efectos políticos variables” (p. 331).

La intención no era dar a entender que los espectadores fueran siempre completamente libres ni en los usos que dan a los miembros de la



audiencia y de comunicación ni en las gratificaciones que buscan de los medios masivos. Es importante señalar que los consumidores de medios de comunicación son moldeados por los medios masivos y a la vez son moldeados por los espectadores y el contenido tiene un significado intencionado.

Teoría de la espiral del silencio: Se refiere a la influencia de los medios de comunicación en si la gente hablará o no de un tema. Se centra exclusivamente en la opinión pública, para comprender mejor la opinión pública. Mantiene que aquellos que creen que tienen un punto de vista minoritario sobre un asunto de dominio público se quedarán en un segundo plano, y se reservarán su opinión; aquellos que creen que mantienen un punto de vista que es de la mayoría se atreverán más a hablar.

Noelle – Neumann (1983, como se citó en West y Turner, 2004) asegura que, “los que están en minoría serán menos firmes al comunicar sus opiniones, lo que los llevará a una espiral descendente de comunicación. Curiosamente, los de la mayoría sobreestimarán su influencia y se envalentonarán. Como consecuencia, los medios de comunicación se referirán a sus opiniones y a sus actividades” (p. 368).

La opinión pública puede verse influida por quien apruebe o desaprobe nuestros puntos de vista, y tiene injerencia por los portavoces de ambos lados de una polémica, por nuestros familiares y amigos, el espiral del silencio es la respuesta a las opiniones cambiantes de los demás (Noelle – Newmann, 1991, como se citó en West y Turner, 2004, p. 369).

Presupuestos de la teoría de la espiral del silencio: El primer presupuesto mantiene que la sociedad ejerce su poder sobre quienes no se



someten mediante la amenaza de aislamiento. El segundo presupuesto de la teoría define a las personas como evaluadoras constantes del clima de la opinión pública. “mantiene que los individuos obtienen información de la opinión pública a través de la observación personal y los medios de comunicación. El tercer presupuesto de la teoría es que el comportamiento del público está influido por las evaluaciones de la opinión pública. mantiene que “si los individuos sienten apoyo sobre un tema es probable que se comuniquen sobre él, si sienten que los demás no le apoyan se quedaran callados” (Noelle – Newmann (1991, como se citó en West y Turner, 2004, p.372).

Teoría del medio: asegura que el medio de comunicación principal de una época (por ejemplo, ahora internet) normalmente prevalece sobre el contenido del mensaje. Para McLuhan (2001, como se citó en West y Turner, 2004) el medio tiene la capacidad de cambiar la forma en la que pensamos sobre otros, sobre nosotros y sobre el mundo a nuestro alrededor. También piensa que, a pesar de que un mensaje afecte nuestro estado consiente, es el medio el que en gran parte afecte nuestro estado inconsciente (P. 388).

Según McLuhan (1964-1994, como se citó en West y Turner, 2004) quien piensa que, “las sociedades son muy dependientes de la tecnología mediada y que el orden social se basa en la capacidad de manejar esta tecnología, los medios de comunicación, en general, actúan directamente para moldear y organizar una cultura”. También, asegura que tenemos una relación simbiótica con la tecnología mediada; nosotros



creamos la tecnología y la tecnología, a su vez, recrea quienes somos. Esta es la teoría del medio de McLuhan.

Presupuestos de la teoría del medio: El primer presupuesto afirma la que nuestras vidas no pueden escapar a los medios de comunicación, que impregnan toda nuestra existencia. Estos medios transforman nuestra vida. Al mismo tiempo los medios dependen de la sociedad para interactuar y evolucionar (McLuhan, 1964, como se citó en West y Turner, 2004, p. 383). El segundo presupuesto de la teoría de los medios es que estamos directamente influidos por los medios de comunicación. Los teóricos del medio creen que los medios de comunicación fijan nuestra percepción y organizan nuestras vidas. McLuhan asegura que los medios de comunicación nos manipulan constantemente (a veces sin darnos cuenta). Nuestras opiniones y nuestras experiencias están influidas directamente por lo que vemos en la televisión.

2.2.3 Internet (Web 2.0)

Kroes (2002, como se citó en López, 2005) “Internet permite formas de comunicación novedosas y sorprendentes, es un entorno en el que la comunicación inmediata no tiene lugar. Partiendo de la base de que las comunidades con las que la gente se identifica son siempre comunidades imaginadas”. Internet ha reforzado las sociedades de diferentes maneras como: la vista, el oído, la accesibilidad de la información, así como las diferencias de clases sociales.

“En el momento de la introducción de las tecnologías de la información, debemos tomar en consideración que los protagonistas del cambio deben ser los sujetos –entendidos como colectivos humanos o individuales, evitando que el advenimiento tecnológico se convierta en una fuerza intangible e imparable que,



con sus propias leyes y desarrollo, conlleve sus propias dinámicas, repercusiones y consecuencias, al margen del control del hombre” (López, 2005, p. 35).

Alonso y Martínez (2003, como se citó en López, 2005) afirman que los medios digitales abarcan 5 criterios de categorización y son:

- **Objetivos o finalidad de la comunicación:** Diferencian entre: a) medios con finalidad informativa o noticiosa (fundamentalmente los cibermedios); b) medios con finalidad comunicativa o relacional (comunidades virtuales); c) medios con finalidad de servicio (subdivididos a su vez en: servicios informativos, de gestión y de entretenimiento), donde se incluirían los portales; y d) Medios con finalidad de intermediación o infomediación.

- **Contenidos.** Deriva del anterior, subdividiéndose en a) información; b) servicios; c) comunicación o relacionales; y d) infomediación o intermediación.

- **Audiencia / usuario.** Capacidad del público en Internet, que pasa de circunscribirse a un papel de espectador más o menos pasivo (audiencia) a poder abarcar muy diversos papeles (usuario), desde el propio de la comunicación de masas hasta constituirse en emisor de información o interactuar con la misma de muy variadas formas.

- **Comunicador digital.** Produce informaciones, crea y gestiona flujos de comunicación, también crea y gestiona servicios y por último es un intermediario, estructurador y organizador de información.

- **Herramientas para la interactividad.** Se corresponde fundamentalmente con los medios de comunicación interpersonal, aunque también se hace referencia al lenguaje estructurador de la comunicación



en Internet (el hipertexto) y las evidentes posibilidades que proporciona al usuario desde el punto de vista de la interactividad. (pp. 73-74)

2.2.3.1 Facebook

Zanoni (2008) menciona como Facebook se insertó en el mundo de la Web 2.0 y nos brinda pautas para realizar una campaña de marketing “viral” en esta red social.

Facebook fue creado en abril de 2004 por Mark Zuckerberg (19) como una comunidad exclusiva para uso de los estudiantes de la Universidad de Harvard (EE.UU.). Tiempo después fue abierta al público y se volvió una red social muy utilizadas por las masas, en la actualidad los usuarios de diferentes países del mundo comparten todo tipo de información a través de los grupos y páginas. Una de las palabras de moda en la Web 2.0 (YouTube, Facebook) es: “viral”.

Claves a tener en cuenta para que una campaña alcance las expectativas deseadas: • Sorprender, impactar • Darle valor al usuario • Divertir con humor. • Funcionamiento técnico perfecto • Repercusión en la Web, blogs y medios tradicionales • Elegir la oportunidad. Fechas importantes (navidad, año nuevo, día de la madre, etc.) y una precisa definición del target adecuado al que la campaña se dirige (pp. 37-104).

“Compartir, comunicar, conversar y cooperar son los cuatro pilares de los nuevos entornos digitales, en los social media, como canales no solo de información y comercialización, sino también de conversación, el consumidor se coloca en el centro de la relación con las marcas y, ahora de él



depende el éxito empresarial” (Madinabeitia, 2010, como se citó en Ros et al., 2012).

2.2.3.2 Tipos de contenido en Facebook

En esta red social utilizada por millones de ciudadanos alrededor del mundo que se conectan e interactúan entre sí, se puede crear distintos tipos de contenido para una página institucional como:

- **Videos:** Spots publicitarios, dramatizaciones cortas, notas institucionales-informativas y videos educativos.
- **Microprogramas:** Se pueden subir a la página de Facebook de la institución gubernamental microprogramas informativas con una duración de 5 a 20 minutos.
- **Materiales visuales:** Afiches digitales, banners digitales, folletos digitales, fotografías e ilustraciones.
- **Chats:** Programar los mensajes de chat y responder en lo posible a las preguntas de los seguidores de la página.
- **En vivo:** Transmisión en vivo de las actividades de la institución, colocando una descripción de la actividad en la parte superior del video.
- **Eventos sociales:** Se crea eventos sociales en la página de Facebook de la institución gubernamental.
- **Encuestas:** Se crea encuestas con preguntas relacionadas a las actividades de la institución gubernamental o el acontecer diario.
- **Notas:** Se suben notas institucionales (sobre las actividades de la institución gubernamental) con imágenes ilustrativas-representativas.



- **Memes:** Se puede relacionar un acontecimiento con las actividades de la institución para así obtener más seguidores.
- **Galería de fotos:** Se suben a la página de Facebook diversas fotografías con una pequeña descripción relacionadas a la actividad de la institución.
- **Enlace a podcast:** Se puede compartir los enlaces de podcast (YouTube) en la página de Facebook de la institución gubernamental, relacionados a los temas o actividades.

2.2.4 El audiovisual

En los últimos años la comunicación audiovisual se ha vuelto parte importante de las estrategias comunicativas para poder educar y convencer a los ciudadanos en general sobre la importancia del cuidado de la salud, como fue en el año 2020 por la pandemia mundial del Covid-19.

En ese contexto el audiovisual según Moore (como se citó en C. Barros & R. Barros, 2015) es lo siguiente:

Forma parte de los recursos didácticos denominados multisensoriales, procura aproximar la enseñanza a la experiencia directa utilizando como vías la percepción, el oído y la vista; de esta manera, el medio audiovisual recrea imágenes, palabras y sonidos. Los soportes pueden ser tanto impresos como electrónicos: fotografía, cine, radio, televisión, historietas. verdadera realidad social, más completa, trasciende lo oral, añade la posibilidad del sonido, de los símbolos gestuales, de todo tipo de realidad, incluida la realidad virtual; convirtiendo a la tierra en un mundo sin fronteras de comunicación (p. 28).



2.2.4.1 Teorías actuales de la producción audiovisual

Ortiz (2018), diferencia 2 teorías actuales de la producción audiovisual y las describe de la siguiente manera:

Teoría cognitiva de la imagen en movimiento. En 1980 surge la Teoría Cognitiva de la Imagen en Movimiento (Nannicelli y Taberham, 2014, como se citó en Ortiz, 2018) dicen que se basa en las teorías de la percepción, del razonamiento y del procesamiento de la información y se centran en tres aspectos: los procesos neurofisiológicos, los procesos cognitivos universales y los procesos culturales.

Se interesan por cómo los espectadores responden al arte de la imagen en movimiento y por qué mantienen que, a pesar de las diferencias culturales y sociales, los seres humanos compartimos la misma arquitectura cognitiva por lo que se puede asumir que hay algún tipo de regularidad intersubjetiva en la actividad mental de los espectadores. Apuestan por un vocabulario propio, con términos como esquema, dato visual y fisiología de la respuesta. Tres son fundamentalmente los ámbitos de estudio: el procesamiento en el cerebro de las obras audiovisuales, el embodiment y las emociones.

El embodiment se considera que la cognición se encuentra determinada por la organización biológica en la que confluyen elementos anatómicos, bioquímicos y neurofisiológicos del ser humano. Todo lo que experimentamos, entendemos, comunicamos, imaginamos, evaluamos o hacemos depende de nuestra naturaleza corpórea.



Teoría del disfrute mediático: La Teoría del Disfrute Mediático considera que alcanzar un estado emocional placentero es un objetivo central en la experiencia del consumo de un producto de ficción. Aunque, el concepto de disfrute se equipara con la obtención de experiencias emocionales positivas, el entretenimiento mediático se puede producir también ante contenidos diseñados para estimular estados emocionales negativos, como una película de terror.

Para Vorderer, Klimmt y Ritterfeld (2004, como se citó en Ortiz, 2018) el disfrute implica componentes fisiológicos, cognitivos y emocionales, si disfrutamos de las emociones negativas, como la tristeza o la ansiedad en la ficción, es porque la respuesta debe ser considerada como una meta-emoción. Es decir, el espectador es consciente de la emoción que siente en ese momento y la evalúa positivamente.

Existen cinco requisitos para el disfrute mediático. En primer lugar, es necesaria una suspensión de la incredulidad. El espectador tiene que dejar de lado su sentido crítico para adentrarse en el mundo de ficción. En segundo lugar, debe haber empatía con el personaje. En tercer lugar, el espectador debe desear interactuar con el personaje, ya sea mentalmente o en la realidad. Este tipo de relación se denomina para-social y sucede cuando la vinculación afectiva tiene lugar independientemente de que se produzca una exposición real. En cuarto lugar, el espectador debe tener la sensación de estar ahí, de ser transportado al lugar de la acción y ser un partícipe privilegiado. Por último, debe tener interés en el tema, problema o ámbito abordado.



En cuanto a los motivos por los que las personas buscamos el disfrute mediático, se han propuesto tres: en primer lugar, porque proporciona un escape temporal de la vida diaria. Un segundo motivo puede ser que ayuda a regular nuestras propias emociones, bien mejorándolas, o bien perpetuándolas. los espectadores desean compararse con otras personas que sean peores que ellos. El tercer motivo es el deseo de ser retado, de competir con otros (pp. 89-93).

2.2.4.2 Selección del público meta en el audiovisual

Surgeon General's Scientific Advisory Committee on Televisión and Social Behavior et al. (SGSATSB, 1972) establece las siguientes categorías para elegir a nuestro público objetivo:

- **El consumidor o usuario:** a quien se dirige el mensaje y se espera una respuesta.
- **El auspiciador:** quien financia, apuesta por un programa para llegar a un público y generar una imagen positiva.
- **El emisor:** quien autoriza y avala la transmisión y difusión de el o los programas.
- **Los distribuidores de contenido:** utilizan diversos canales y multiplican su llegada a diversos públicos (local y global).
- **El estado en su versión de gobierno de turno:** se relativiza en función de intereses políticos, económicos y sociales de acuerdo a quién detenta el poder.
- **La prensa:** las opiniones de los conductores de programas pesan mucho sobre la imagen y receptividad de los políticos o personajes públicos que se consigna en el público.



- **Los netizen:** los cibernautas, blogueros, tuiteros y chateros que opina lo que se dice o dejan de decir, y ayudan o destruyen el posicionamiento que se desea construir.

- **El prosumidor:** aquel cibernauta que solo navega recorriendo la web, sino que construye mensajes, recibe y retroalimenta la red (pp. 52, 53).

2.2.4.3 Funciones principales del sonido

El sonido o pistas musicales de los videos cumplen una función importante dentro de la producción audiovisual y para Carpio (2015) cuenta con cuatro funciones y son:

El especialista debe crear sonidos que se adecuen a las condiciones expresivas de cada situación narrativa, tanto en el momento de la grabación como en el armado del programa. Es indispensable para desarrollar la concepción, estética, sonoridad, expresividad y narrativa de la propuesta.

- **función informativa:** para expresar con claridad y vigor la presentación de diálogo, locuciones y narraciones.

- **Función narrativa:** Se puede decir que mientras la imagen te muestra el cuento, el sonido te lo cuenta. El sonido puede alcanzar dos niveles narrativos: el protagónico y secundario. El protagónico lo tiene la voz (diálogo, narraciones, locuciones), y la música, porque ella no es más que la narración afectiva, un segundo idioma del mismo cuento. El secundario está en la sonorización, que es todo el paquete de postproducción en el que van las atmósferas de sonido, los efectos sonoros reales y especiales, los ruidos y los silencios.



- **Función dramática:** del sonido para poder sugerir y desarrollar emociones, pues este hace lo que ninguna imagen logra. Puede estar acompañada de una mezcla de sonido que sugiere desde el terror, erotismo, tranquilidad, cuidado, suspenso.
- **Función contextual:** el sonido (al igual que la imagen) da información de lugar, acción, y tiempo por su eminente poder de asociación con las experiencias humanas y la vida misma. (pp. 226-280).

2.3 MARCO CONCEPTUAL

2.3.1 Covid-19

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2020) el coronavirus (Covid-19) es lo siguiente:

La Covid-19 es una enfermedad infecciosa causada por el virus SARS-CoV-2, la mayoría de las personas infectadas con el virus experimentarán enfermedad respiratoria de leve a moderada.

El virus puede propagarse desde la boca o la nariz de una persona infectada en pequeñas partículas líquidas cuando tose, estornuda, habla, canta o respira. Estas partículas van desde gotas respiratorias más grandes hasta aerosoles más pequeños, es importante la práctica de toser con el codo flexionado, y quedarse en casa y aislarse hasta que se recupere si no se siente bien (OMS, 2020).

2.3.2 Cuarentena

Aislamiento preventivo a que se somete durante un período de tiempo por razones sanitarias, a personas que estuvieron expuestas a una enfermedad infecciosa (Real Academia Español, s.f., definición 7).



2.3.3 Mascarilla

Máscara que cubre la boca y la nariz de su portador para protegerlo de la inhalación y evitar la exhalación de posibles agentes patógenos, tóxicos o nocivos (mascarillas quirúrgicas, sanitaria) (Real Academia Española, s.f., definición 2).

2.3.4 Distanciamiento social

El distanciamiento social es el mantenimiento de cierta distancia física entre personas por razones de salud pública, especialmente para evitar contagios (RAE, s.f. definición 3).

2.3.5 Toque de queda o inmovilización social

Según el Diccionario panhispánico del español jurídico (2022), “el toque de queda es una medida gubernativa que, en circunstancias excepcionales, prohíbe el tránsito o permanencia en las calles de una ciudad durante determinadas horas, generalmente nocturnas” (s.f.).

2.3.6 Comunicación

“Proceso de interrelación humano entre un elemento que ordena y envía el mensaje (emisor) hacia un elemento que recibe e interpreta el mensaje (receptor). El contenido de lo que se envía y se recibe se denomina (*código*) el cual viaja a través de un medio físico (*canal*). Todo esto dentro de una circunstancia especial conocida como contexto” (San Marcos, 2007, p. 68).

2.3.7 Impacto

La evaluación de impacto es el proceso de analizar (predecir, evaluar y reflejar) y gestionar las consecuencias previstas e imprevistas sobre el entorno humano de intervenciones planificadas (programas-proyectos) y cualquier proceso de cambio social que sea iniciado por dichas actividades con el objeto de



construir un entorno humano y biofísico más justo y sostenible (IAIA, como se citó en Aledo y Aznar 2021, p. 248).

2.3.8 Población

“La población es el conjunto de personas que viven en un área geográfica determinada y cuyo número se calcula a instancias de una evaluación estadística. En términos biológicos, conjunto de individuos pertenecientes a una misma especie y que habitan en la misma zona geográfica” (definiciones ABC, s.f.).

2.3.9 Información

“La información es la noticia de interés público comunicadas o recibidas en forma escrita, oral o audiovisual sobre un hecho que involucre a un individuo o una situación. Puede tener carácter político, científico, cotidiano, social, etc.” (Definiciones ABC, s.f., definición 2).

2.3.10 Productos Audiovisual

El audiovisual se refiere conjuntamente al oído y a la vista, o los emplea a la vez, se dice especialmente de métodos didácticos que se valen de grabaciones acústicas acompañadas de imágenes ópticas (RAE, s.f. definición 1).

2.3.11 Guion

“Transcribir por escrito el orden en que se presentan las escenas (time cedes, netos y locución). Se especifica: el tono del locutor, la entrada de efecto si los hubiera y la música sugerida, si es que pensamos la idea con una música determinada” (Bernárdez y Rinaldi, 2013, p. 10).

2.3.12 Mensaje

El mensaje es el conjunto de elementos informativos que el emisor envía a quien cumplirá la función de receptor. Para poder llevar a cabo la comunicación



de manera apropiada, es de vital importancia que ambas partes reconozcan y comprendan el lenguaje en el que el mensaje está establecido. En este sentido, lenguaje puede ser no solamente el idioma también los símbolos, las señas o gestos que se estén transmitiendo. también que la gestualidad y la simbología (definiciones ABC, s.f.).

2.3.13 Target

“Es la información descriptiva de la audiencia o grupo de público al cual va dirigido un determinado mensaje” (Bernárdez y Rinaldi, 2013).

2.3.14 Edición

“La edición es el proceso de levantar o digitalizar el material, armarlo según el guion, enriquecerlo, ponerle efectos y darle forma a la promoción final” (Bernárdez y Rinaldi, 2013, p. 105).

2.3.15 Empatía

“Es la capacidad de percibir y comprender lo que el otro está sintiendo. Las relaciones al interior del personal son sumamente delicadas, sobre todo si se considera la cantidad de horas que un grupo de personas pasan juntos” (Carpio, 2015, p. 231).

2.3.16 Medio tradicional tv

“Sistema de transmisión de imágenes a distancia a través de diferentes medios electromagnéticos, y que se reproducen posteriormente en un aparato receptor” (RAE, s.f., definición 1).

2.3.17 Spot educativo

Según Montalvo (2009) los spots educativos son aquellos que buscan enseñarnos a prevenir enfermedades, explicarnos qué son los derechos humanos



o informarnos cómo pagar nuestros impuestos. un típico spot social apelaría al riesgo de sufrir un accidente; en cambio, un spot educativo explicaría cómo funciona el cinturón. En el caso de un spot publicitario (comercial o social), la eficacia se demuestra principalmente a través de su capacidad persuasiva. En cambio, en el caso de un spot educativo –que no busca persuadir, sino enseñar– la eficacia se demuestra sobre todo a través de su capacidad para generar aprendizajes (p. 192).

2.3.18 Materiales visuales

“Es aquel que expresa mensajes a través de imágenes, incluido el que se combina con la palabra escrita y con objetos reales existentes en la localidad. En esta categoría se presentan” (Organización Panamericana de la Salud, 1984, p. 13).

2.3.19 Afiche virtual

“Según un afiche virtual puede ser una lámina virtual que está compuesta por imágenes y texto, el cual promociona un producto, un servicio o un evento o intenta educar y sensibilizar, con el fin de atraer la atención de los potenciales consumidores o clientes” (Definiciones.DE, s.f.).

2.3.20 El sonido

“El sonido es la sensación producida en el órgano del oído por el movimiento vibratorio de los cuerpos (presión sonora), transmitido por un medio elástico, como el aire” (Gutman y Risso, s.f. párrafo 9).



CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

“La investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno” (Hernández et al., 2010, p. 4). El tipo de investigación del estudio es la no experimental.

Para Hernández et al (2014) la investigación no experimental es lo siguiente:

En la investigación no experimental no se manipula deliberadamente las variables, es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. En un estudio no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza. En la investigación no experimental las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, no se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir en ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos (p. 152).

3.1.1 Enfoque metodológico

El enfoque de la investigación es cuantitativo, comprendiendo por ello que “usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (Hernandez et al., 2010, p. 4).

3.1.2 Tipo de investigación

El tipo de investigación del estudio es descriptivo, “refiere e interpreta minuciosamente en tiempo, lugar y persona los eventos observados; relaciona las



condiciones existentes, prácticas que prevalecen, opiniones, puntos de vista o actitudes, procesos en marcha, efectos experimentados, o tendencias que se desarrollan, prevalencia de eventos que se dan en el ciclo vital” (Babativa, 2017, p. 51).

3.1.3 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación será no experimental, entendiéndose por ello que, “son aquellos cuyas variables independientes carecen de manipulación intencional, y no poseen grupos de control, ni mucho menos experimental. Analizan y estudian los hechos y fenómenos de la realidad después de su ocurrencia” (Carrasco, 2006, p. 71).

Transeccional o transversales, “este diseño se utiliza para realizar estudios de investigación de hechos y fenómenos de la realidad en un momento determinado del tiempo” (Carrasco, 2006, p. 72).

3.1.4 Nivel de análisis

El nivel de análisis de la investigación es el aspecto social de una determinada población elegida por la investigadora, debido a que la tesis comprende el impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 en los ciudadanos juliaqueños 2020.

3.1.5 Unidad de análisis

La unidad de análisis de la presente investigación es el impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román difundidos en tv y Facebook en los ciudadanos del distrito de Juliaca-2020.

3.1.6 Ejes de análisis

El eje de análisis de la investigación es el impacto ocasionado por los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román en los ciudadanos del distrito de Juliaca - 2020.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 Población

“La población es el conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenece al mismo ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación” (Carrasco, 2006, p. 236).

La población total del distrito de Juliaca está compuesta por 228 726 ciudadanos; en cuanto a la población de la investigación está integrada por 90,061 ciudadanos que figuran entre las edades de 25 – 49 años del distrito de Juliaca provincia San Román, según el censo Nacional de Población y Vivienda 2017 del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2017), de los cuales 200 pobladores fueron elegidos por la investigadora para realizar la investigación.

Tabla 2.

Población del distrito de Juliaca.

Lugar	Población total	Población Apta	Muestra elegida
Distrito de Juliaca	228, 726 Ciudadanos juliaqueños	90, 061 ciudadanos de 25–49 años	200 ciudadanos Elegidos por la investigadora.

Fuente: Elaboración propia con datos del INEI – PERÚ - 2017

3.2.2 Muestra

“El muestreo es un instrumento de gran validez en la investigación, es el medio a través del cual el investigador, selecciona las unidades representativas

para obtener los datos que le permitirán obtener información acerca de la población a investigar” (Gómez, 2012, p. 34).

La muestra de la investigación fue seleccionada por la investigadora en las cuatro plazas representativas del distrito de Juliaca las cuales son: La plaza de armas, la plaza Zarumilla, la plaza Bolognesi y Plaza Vea. En un horario de 3: 00 pm hasta las 6: 00 pm. La cantidad total de ciudadanos juliaqueños elegidos por la investigadora fueron 200 habitantes del distrito de Juliaca.

3.2.3 Tipo de muestra

En este trabajo de investigación se utilizó el método del muestreo no probabilístico, el cual de acuerdo con Hernández et al. (2014), suponen un procedimiento de selección orientado por las características de la investigación, más que por un criterio estadístico de generalización. la elección de los casos no depende de que todos tengan la misma posibilidad de ser elegidos, sino de la decisión de un investigador o grupo de personas que recolectan los datos (pp.189-190).

3.2.4 Tamaño de la muestra

La cantidad de la muestra fue de 200 ciudadanos elegidos de acuerdo al criterio de la investigadora, ya que es una investigación en la que no se generalizará los datos obtenidos.

Tabla 3.

Muestra quinquenal de los ciudadanos elegidos de Juliaca por edades.

Muestra total	25-29 años	30-34 años	35-39 años	40-44 años	45-49 años
200 encuestados 25-49 años.	40	40	40	40	40

Fuente: Elaboración propia



3.2.5 Criterios de selección de la muestra

Los criterios de selección de la muestra para la investigación son las siguientes: Ciudadanos del distrito de Juliaca entre las edades de 25-49 años, pobladores de la misma localidad que hayan visto los materiales audiovisuales difundidos en tv y Facebook en el año 2020 de la Red de Salud San Román, ciudadanos que tuvieron la disposición de participar en el periodo de investigación, que fue desde setiembre, octubre y noviembre del 2022 y comunicadores sociales, periodistas, así como productores audiovisuales juliaqueños.

3.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.3.1 Encuesta

La investigación utilizó la técnica de la encuesta, y según Huamán y Silvestre (2019) “la encuesta es el conjunto de técnicas y procedimientos que el investigador utiliza para recoger información en base a sus necesidades”.

3.3.2 Cuestionario

“El cuestionario contiene los aspectos del fenómeno que se consideran esenciales; permite, además, aislar ciertos problemas que nos interesan principalmente; reduce la realidad a cierto número de datos esenciales y precisa el objeto de estudio” (Gómez, 2012, p. 58).

El cuestionario de la investigación contiene 31 preguntas del estudio y 4 demográficas, dirigidos a los ciudadanos de 25-49 años del distrito de Juliaca.

3.3.3 Instrumento de acopio de información

El instrumento que se aplicó contiene 31 preguntas del estudio, estas fueron desarrolladas sobre los Materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román y su impacto en los ciudadanos de 25-49 años del distrito de



Juliaca, la cual se ejecutó con el método en la escala de Likert, el cual “consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se pide la reacción de los sujetos a los que se les administra. Es decir, se presenta cada afirmación y se pide al sujeto que externé su reacción eligiendo uno de los cinco puntos de la escala. A cada punto se le asigna un valor numérico” (Hernández et al., 1997).

3.4 ÁMBITO DEL ESTUDIO

3.4.1 Creación del distrito de Juliaca

En su libro denominado Temas históricos de Juliaca, Apaza (2016) nos relata los pasajes de creación del distrito de Juliaca.

En el senado, el 15 de enero de 1925 “a pedido de senador Andrés miguel Cáceres se cambió la denominación, de Juliaca por San Román” y al día siguiente se opta por perennizar al puneño Miguel de San Román que fue presidente de la república entre 1862 y 1863; sin embargo, dicho proyecto retornó a la cámara de diputados en dos oportunidades, hasta que el 17 de agosto de 1926 fue aprobado definitivamente. El 31 de agosto de aquel año, el senado la confirma. Así se observa que gracias a la importancia que había adquirido Juliaca, los poderes del estado se vieron obligados a concentrar su atención en ella, y es así que luego de múltiples gestiones iniciales hacía la última década del siglo XIX, el 6 de setiembre de 1926 el presidente de la república Augusto B. Leguía, promulgo la ley N°5463, por la cual se crea la provincia de San Román con su capital Juliaca, dicha norma legal fue publicada en el diario oficial el peruano el día 20 de setiembre de 1926.



Se barajaron fechas para dar vigencia real a Juliaca como capital de provincia, y se optó por el 24 de octubre de 1926 como día central de la inauguración. Esta fecha no fue elegida al azar, sino que, en un día como aquel, en 1862, el ilustre puneño Miguel de San Román asumió la presidencia de la república de Perú (pp. 204- 206).

3.4.2 Ubicación geográfica de Juliaca

Según el plan director de Juliaca de la Municipalidad Provincial de San Román (MPSR, 2004) el distrito se encuentra ubicado de la siguiente manera:

La ciudad de Juliaca se encuentra ubicada al sur del Perú, en el departamento de Puno, provincia de San Román, a 15° 29' 40'' de Latitud Sur y 70° 07' 54'' de Longitud Oeste y a una altitud de 3824 m.s.n.m. Ocupa parte de la meseta altiplánica de Toropampa, en la cuenca del río Coata, sección Ayabaca, desarrollándose entre los cerros Zapatiana, de La Cruz y Huaynaroque. Se encuentra asimismo atravesada de Este a Oeste por el río Torococha, que desemboca en el río Coata y continúa su curso hasta desembocar en el Lago Titicaca.

Limita:

- **Norte:** Lampa (Calapuja) y Azángaro (Caminaca).
- **Sur:** Cabana y Caracoto.
- **Este:** Huancané (Pusi) y Azángaro (Samán).
- **Oeste:** Lampa y Cabanillas.

3.4.3 Actividad económica de la población de Juliaca

El distrito de Juliaca es la ciudad más grande del departamento de Puno y es conocida como: “ciudad de los vientos”, “perla del altiplano”, “patria chica de Machuaychas, Chiñipilcos, panzacalas y cogotudos”, “tierra calcetera”, debido



quizá a su alto nivel de comercio e intercambio económico. La mayoría de los pobladores juliaqueños se dedican al comercio de diversos productos como: artesanía, productos de primera necesidad, ropas, zapatos, bisutería, comida, materiales de construcción, gas, productos domésticos, y entre otros.

3.4.4 Subvenciones económicas por pandemia

Durante el año 2020 cuando la Covid-19 se proliferó por territorio nacional el Estado peruano realizó una serie de medidas para combatir la pandemia; entre ellas estuvo las subvenciones económicas a las familias que se encontraban en vulnerabilidad y según la Mesa de Concertación para la Lucha Contra la Pobreza (MCLCP, 2020) se dio 4 bonos económicos las cuales son:

- **El bono urbano “yo me quedo en casa”:** subsidio monetario de S/ 380 a favor de los hogares en condición de pobreza o pobreza extrema. Se utilizó como padrón el SISFOH. Posteriormente, se volvió a otorgar 380 soles. Benefició a 2.5 millones de hogares y se comenzó la entrega el 26 de marzo del 2020.
- **Bono para los trabajadores independientes:** subsidio monetario a cargo del Ministerio de Trabajo, asciende a S/. 760 y está dirigido a más de 773 mil hogares de trabajadores independientes. inició la entrega el 8 de abril.
- **Bono a favor de los hogares en condición de pobreza o pobreza extrema ámbito rural:** el subsidio económico fue de 760 soles. Incluye a las familias que no han sido beneficiarias de los subsidios monetarios anteriores y que residen en el ámbito rural (Decreto de Urgencia N°042-2020, publicado el 19 de abril). La meta es beneficiar a 980 138 hogares



en pobreza o pobreza extrema el ámbito rural. Iniciaron el pago del subsidio el 13 de mayo del 2020.

- **Bono Universal:** subsidio monetario por el monto de 760 soles a cada familia, el cual debería llegar a todas las familias que no habían accedido a los bonos anteriores. En lo que corresponde al ámbito rural de ese subsidio -gestionado por el MIDIS-, dirigido a 594 mil hogares.

3.4.5 Servicios básicos del agua y desagüe

“El abastecimiento de agua potable de la ciudad de Juliaca se realiza con el río Coata, cuya captación está ubicada en el sector de Ayabacas, situado en el lado Noreste de la ciudad, aguas abajo del puente Independencia que une al distrito de Juliaca con el sector San Isidro de Caccachi del distrito de San Miguel” (SEDAJULIACA, 2022, P. 82).

Según el boletín sobre la cobertura de agua potable región Puno de la Defensoría del Pueblo (2022) el total de viviendas en el distrito de Juliaca es de 82, 009, los cuales sólo 33, 567 domicilios son beneficiados del servicio básico de agua potable en dicha localidad, el cual representa el 58,9% de casas conectadas a la red pública de agua (p. cuadro 5).

El representante del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (grupo de trabajo de agua y saneamiento rural de la MCLCP del 6 de mayo 2020) informó que se han aprobado medidas específicas del sector saneamiento en el marco de la emergencia por COVID-19, entre ellas el Decreto de Urgencia N°036-2020 que tiene tres objetivos: reducir el impacto en los hogares, garantizar la continuidad de la prestación de los servicios de saneamiento y abastecer con agua gratuita para el consumo humano a la población de zonas vulnerables, Ello incluye el fraccionamiento de pago de los servicios de saneamiento y la contratación de



camiones cisternas para la distribución de agua a la población de zonas vulnerables. Asimismo, con el Decreto de Urgencia N°047-2020, se aprueba una transferencia de S/ 311 millones a las Municipalidades para garantizar la continuidad de los servicios para atender la emergencia sanitaria, incluye gastos operativos para saneamiento rural (MCLCP, 2020).

3.4.6 Contagiados y muertos por Covid-19 año 2020

La Organización Mundial de la Salud el 11 de marzo del 2020 declaró al Covid-19 como pandemia, a raíz de los casos positivos presentados en más de 112 países, incluyendo el Perú, donde el primer caso importado de coronavirus se confirmó el 05 de marzo del 2020 (Lima) en un ciudadano con historial de viajes a España, Francia y República Checa.

En el distrito de Juliaca el primer caso presentado de Covid-19 se dio aproximadamente el 15 de abril del 2020, y según la Red de Salud San Román de la unidad de Epidemiología y Salud Ambiental durante todo el año 2020 se presentaron 16, 053 casos positivos de la enfermedad en ciudadanos del distrito de Juliaca.

Figura 2.

Casos Covid-19 por lugar de captación distritos Red de Salud San Román 2020.

DISTRITOS	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022
JULIACA	16,053	7,540	7,613
SAN MIGUEL	960	435	472
CARACOTO	114	36	119
CABANILLAS	187	92	127
SAMAN	190	92	80
TARACO	202	68	61
CAMINACA	33	51	47
PUSI	50	15	35
CABANA	87	26	21
NICASIO	15	14	3
ACHAYA	16	9	2
CALAPUJA	9	6	1
TOTAL	17,916	8,384	8,581

Fuente: RSSR- Unidad de Epidemiología y Salud Ambiental.

Nota: En la figura se visualiza que los casos de Covid-19 en el año 2020 en el distrito de Juliaca fueron de 16,053 contagiados; en cambio en el año 2021 se redujo abismalmente con 7,540 casos y en el 2022 se presentaron 7,613 casos positivos de coronavirus.

Fallecidos a causa del Covid-19: En el caso del Perú el jueves 19 de marzo del 2020 el ministro de salud confirmó la primera muerte de un paciente diagnosticado con Covid-19, se trataba de un ciudadano de 78 años que padecía hipertensión arterial. En el distrito de Juliaca el 29 de abril del 2020 falleció el primer paciente diagnosticado con COVID-19, se trataba de un veterinario (64) que trabajaba en el área de Zoonosis de la RSSR. Según la unidad de Epidemiología y Salud Ambiental de la RSSR durante todo el año 2020 fallecieron a causa del coronavirus 488 ciudadanos juliaqueños, pese a las restricciones promulgadas por el estado peruano.



3.4.7 Decretos supremos aprobados por el Estado peruano - Covid-19

En el año 2020 a causa de la propagación de la Covid-19 en el territorio nacional, el Estado peruano decreto una serie de medidas preventivas contra el coronavirus y son las siguientes:

- Decreto supremo **010-2020-SA** que aprueba el plan de acción y la relación de bienes y servicios requeridos para enfrentar la emergencia sanitaria declarada por decreto supremo 008-2020-sa. Dentro de sus actividades principales estaba el 100% de regiones que emitan mensajes a través de medios de comunicación radial, escrita y comunicación alternativa sobre prevención del coronavirus. Difusión de información en puntos de entrada internacional, cada aeropuerto y puerto debe contar con banner informativo y volantes. Difusión de mensajes a través de spots publicitarios, según escenario en radio y diarios.
- Decreto Supremo **207-2020-PCM** que establece medidas sanitarias para prevenir la propagación en el territorio nacional de nuevas variantes del virus SARS-CoV-2. Decreta: Cuarentena obligatoria para peruanos y residentes extranjeros provenientes del exterior. Aplicación de prueba de antígeno.
- Decreto Supremo **156-2020-PCM** que modifica el Decreto Supremo N°116-2020-PCM, que establece las medidas que debe seguir la ciudadanía en la nueva convivencia social y prorroga el Estado de Emergencia Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia del Covid-19, modificado por los Decretos Supremos N°129- 2020-PCM, N°135-2020-PCM, N°139-2020- PCM, N°146-2020-PCM y N°151-2020-PCM. decreta: “Artículo 3.- Limitación



al ejercicio del derecho a la libertad de tránsito de las personas. Artículo

4.- Restricción de reuniones y etc.

- Decreto Supremo 057-2020-PCM artículo N°3 establece que el uso de mascarilla es obligatorio para circular por las vías de uso público.
- Asimismo, en el Decreto Legislativo 1458 (2020) se aprobó las infracciones para los ciudadanos que circulan por la vía pública sin usar la mascarilla de uso obligatorio con una multa del 8% de una UIT que estaría representado por el monto de 344 soles.
- Decreto Supremo **094-2020-PCM** que establece en el artículo 10 que el distanciamiento social no debe ser menor de un (1) metro.

Asimismo, en el Decreto Legislativo 1458 se aprobó las infracciones para los ciudadanos que no respetaron el mínimo de un metro de distancia obligatorio, formando aglomeraciones en los establecimientos comerciales, multándolos con el 2% de una UIT que estaba representado por 86 soles.

- Decreto Supremo **094-2020-PCM** en el artículo 3 dispone la inmovilización social obligatoria de todas las personas desde las 21.00 horas hasta las 04.00 horas del día siguiente y los días domingo, la inmovilización social obligatoria es para todos los ciudadanos en el territorio peruano durante todo el día.

Asimismo, en el Decreto Legislativo 1458 se aprobó las infracciones para los ciudadanos que incumplieran la inmovilización social en el año 2020, con una multa del 9% de una UIT que en soles está representado por 387 soles.



- Decreto Supremo **349-2020-EF** Aprueban emisión de bonos. Artículo 1.- Aprobación de la emisión de bonos. Artículo 2.- De la emisión externa de bonos. Artículo 3.- De la emisión interna de bonos. Artículo 4.- Atención del servicio de deuda y demás.
- Decreto Supremo **080-2020-PCM** que aprueba la reanudación de actividades económicas en forma gradual y progresiva dentro del marco de la declaratoria de Emergencia Sanitaria Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia del Covid-19. Decreta: Artículo 1.- Aprobar la “Reanudación de actividades”.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se presentan los resultados de los instrumentos realizados a los 200 ciudadanos juliaqueños, ello para conocer el impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román en los pobladores del distrito de Juliaca entre las edades de 25-49 años.

4.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Tabla 4.

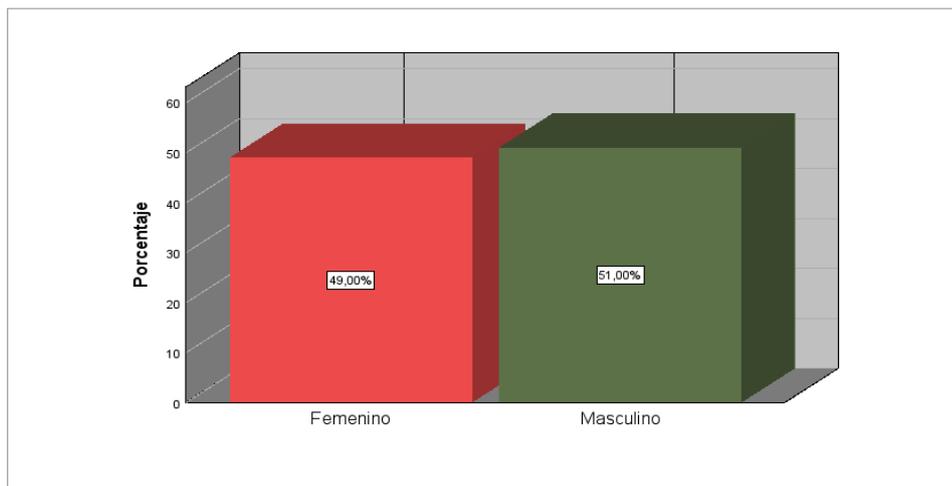
Género de los ciudadanos juliaqueños encuestados.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	98	49%
Masculino	102	51%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 3.

Género de los ciudadanos juliaqueños encuestados.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres-varones y esta representa el 100%. De

acuerdo a la tabla 4 y figura 3 el género predominante de los encuestados del distrito de Juliaca provincia San Román es del sexo masculino con un 51% del total de la muestra, representado por 102 ciudadanos juliaqueños; en cambio, el 49% de pobladoras son mujeres con una representación numérica de 98 personas, los cuales fueron seleccionados por la investigadora.

Tabla 5.

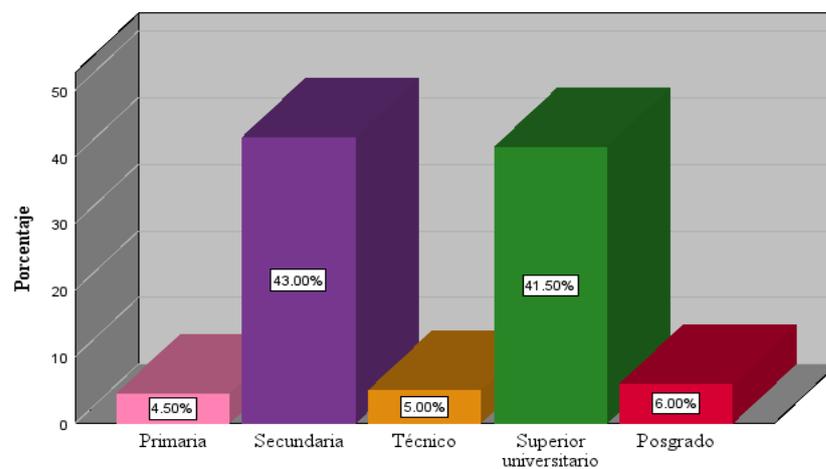
Grado de instrucción de los ciudadanos juliaqueños encuestados.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	9	4,5%
Secundaria	86	43%
Técnico	10	5%
Superior	83	41,5%
Posgrado	12	6%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 4.

Grado de instrucción de los ciudadanos juliaqueños encuestados.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y esta representa el 100%. De acuerdo a la tabla 5 y figura 4, el 4,5% de los ciudadanos juliaqueños encuestados tienen un grado de instrucción de primaria; en cambio el 43% de pobladores culminaron la secundaria, el 5% de la muestra culminó una carrera técnica, el 41,5% terminaron una carrera universitaria y en algunos casos se encuentran estudiando y el 5% del total de la población culminaron su posgrado.

En tanto, el 43% de los ciudadanos juliaqueños encuestados tiene el grado de instrucción de secundaria completa, mientras que el 41.5% mencionó que culminó la educación superior y están cursando estudios en las universidades.

Tabla 6.

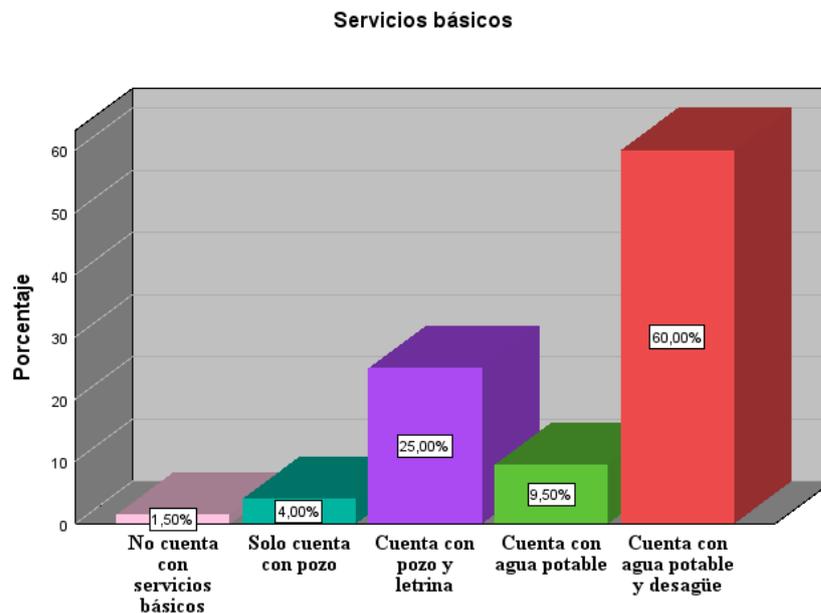
Servicios básicos de agua y desagüe en el distrito de Juliaca.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
No cuenta con servicios básicos	3	1,5%
Solo cuenta con pozo	8	4%
Cuenta con pozo y letrina	50	25%
Cuenta con agua potable	19	9,5%
Cuenta con agua potable y desagüe	120	60%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 5.

Servicios básicos de agua y desagüe en el distrito de Juliaca.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y esta representa el 100%. De acuerdo a la tabla 6 y figura 5, el 1.5% no cuenta con servicios básicos de agua y desagüe, el 4% solo cuenta con pozo elaborado manualmente por los propios pobladores, el 25% de los ciudadanos cuenta con pozo - letrina realizado por los dueños de la vivienda; en cambio el 9,5% sólo cuenta con el servicio de agua potable, y el 60% de la muestra tiene los servicios básicos de agua potable y desagüe.

“Perú, en el año 2020 lanzó campañas de higiene para estimular el lavado de manos y evitar o disminuir los contagios, sin embargo, chocó con la cruda realidad de que miles de personas, en Lima y otras ciudades, carecen de agua potable. En esta capital, con 10 millones de habitantes, un total de 1,2 millones no tienen acceso al agua, mientras que otros millones la consiguen de manera racionada” (Mora y Portuguez, 2022, pág. 11).

Por lo tanto, a pesar de los esfuerzos realizados por el Estado peruano durante el año 2020 por la Covid-19, sobre el saneamiento de agua potable y desagüe, el 30, 5% de los encuestados no cuentan con agua consumible por los seres humanos y menos aún con desagüe.

Tabla 7.

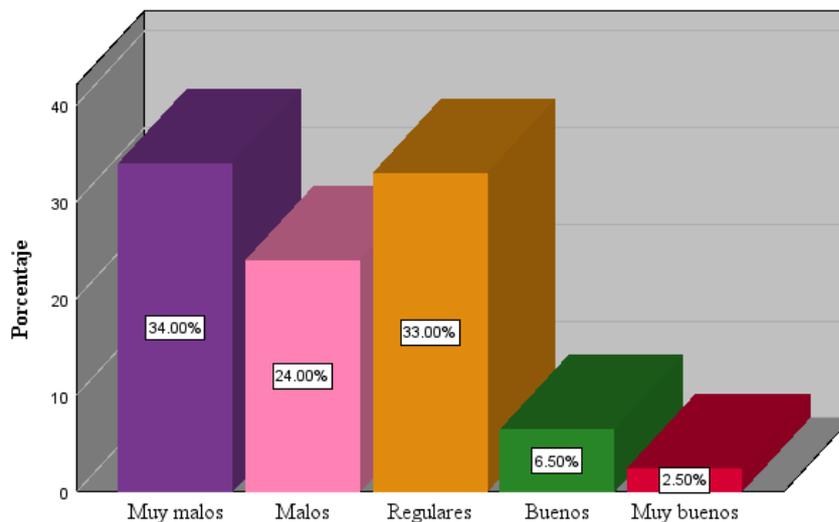
Calificación de los servicios básicos del agua y desagüe - Juliaca.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Muy malos	68	34%
Malos	48	24%
Regulares	66	33%
Buenos	13	6,5%
Muy buenos	5	2,5%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 6.

Calificación de los servicios básicos del agua y desagüe - Juliaca.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. De acuerdo a la tabla 7 y figura 6, el 34% de los ciudadanos juliaqueños encuestados calificaron los servicios brindados por EPS SEDA JULIACA S.A. de agua y desagüe como “muy malos”, entre ellos pobladores que no cuentan con los servicios básicos y resaltaron el desinterés del Estado peruano. El 24% de encuestados calificó como “malos” los servicios básicos, debido a las aguas turbias, cortes intempestivos del agua potable, incumplimiento del horario de abastecimiento del agua, deflagración de buzones de desagüe y tardía asistencia de reparación de los buzones de desagüe. El 33% de pobladores calificó como regulares los servicios de agua – desagüe; mientras que el 6,5% de ciudadanos calificó como “buenos” los servicios brindados, y el 2,5% como “muy buenos”, debido a que viven en el centro del distrito de Juliaca y no pasan penurias por falta de agua y desagüe.

En tanto, el 58% de los ciudadanos juliaqueños califica los servicios de agua y desagüe entre “malo” y “muy malo”, por la falta de capacidad resolutive de los problemas del mal servicio del agua y desagüe por SEDA JULIACA.

Tabla 8.

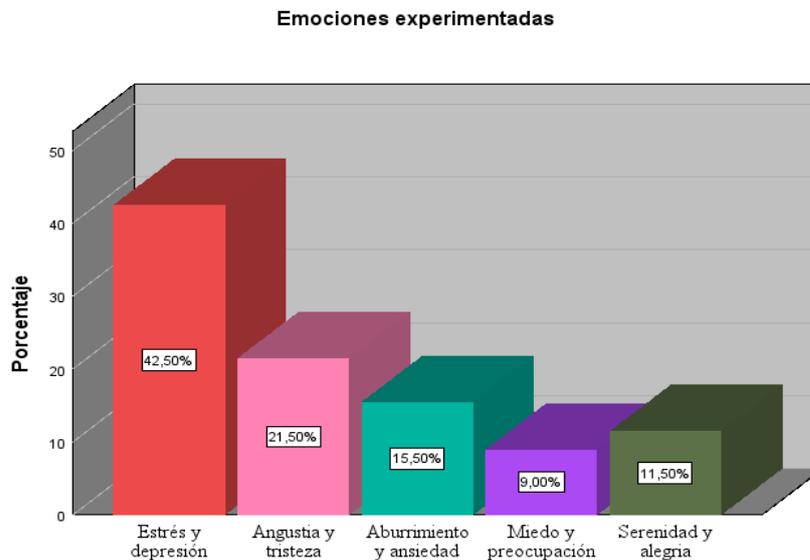
Estrés y depresión en ciudadanos juliaqueños a causa del Covid-19 - 2020.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Estrés y depresión	85	42,5%
Angustia y tristeza	43	21,5%
Aburrimiento y ansiedad	31	15,5%
Miedo y preocupación	18	9%
Serenidad y alegría	23	11,5%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 7.

Estrés y depresión en ciudadanos juliaqueños a causa del Covid-19 - 2020.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. De acuerdo a la tabla 8 y figura 7, se visualiza que el 42,5% de los encuestados del distrito de Juliaca durante la pandemia en el año 2020 padeció de estrés-depresión por la repentina muerte de conocidos a causa del Covid-19 y las restricciones impuestas por el Estado peruano, el 21,5% de ciudadanos experimento la angustia-tristeza debido a las restricciones del Estado peruano, el 15,5% de pobladores sufrió de aburrimiento-ansiedad a causa del confinamiento social, el 9% sobrellevó el miedo-preocupación por el incremento de casos de Covid-19 y la falta de puestos laborales, mientras que el 11,5% experimentó las emociones de serenidad y alegría a causa de los trabajos remotos, bonos recibidos y porque pasaban más tiempo con su familia nuclear.

“Las medidas de salud pública (el distanciamiento social), han causado que las personas se sientan aisladas-soledad y es posible que aumente el estrés; la

ansiedad y su miedo ante los brotes de enfermedades, la desinformación, ansiedad pública y los rumores han debido ser abordados por funcionarios de salud y de gobierno para ayudar a mitigar los efectos adversos de la estigmatización y xenofobia” (Valero et al., 2020, p. 64).

En ese contexto, el 42,5% de los ciudadanos juliaqueños encuestados experimentaron las emociones de estrés y depresión durante el año 2020, por la escasa información del coronavirus, la falta de producción de materiales audiovisuales sobre la salud mental, el incremento de casos de Covid-19 en el año 2020, que fueron 16053 casos positivos y 488 muertos por la misma enfermedad, según la unidad de Epidemiología y Salud Ambiental de la RSSR.

Tabla 9.

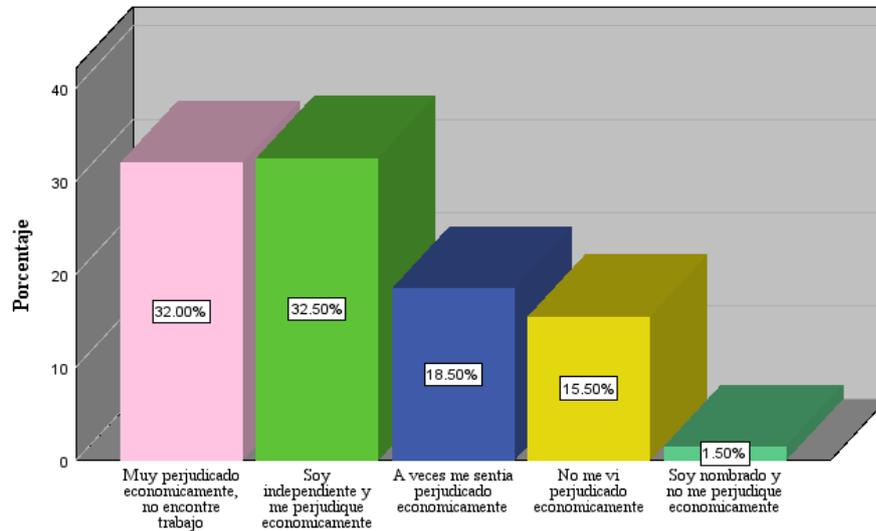
Ciudadanos juliaqueños perjudicados económicamente a causa del Covid-19.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Muy perjudicado, no encontré trabajo.	64	32%
Soy independiente y me perjudique económicamente.	65	32,5%
A veces me sentía perjudicado	37	18,5%
No me vi perjudicado.	31	15,5%
Soy nombrado y no me perjudique económicamente	3	1,5%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 8.

Ciudadanos juliaqueños perjudicados económicamente a causa del Covid-19.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. Según la tabla 9 y figura 8, el 32% de ciudadanos juliaqueños encuestados en el año 2020 se vieron muy perjudicados económicamente y no encontraron trabajo, a causa de las restricciones del Estado peruano por el incremento de casos de Covid-19, el 32,5% de los pobladores son trabajadores independientes y se sintieron perjudicado económicamente, ya que no podían expender sus mercaderías en la vía pública, el 18,5% de los ciudadanos a veces se sentían perjudicados económicamente a causa de la inestabilidad laboral, el 15,5% de los encuestados no se sintió perjudicado económicamente debido a que pertenecían a la clase media y contaban con un puesto laboral, mientras que el 1,5% de los encuestados mencionaron que son nombrados en entidades del estado y que no se perjudicaron económicamente.

Entonces el 64,5% de los ciudadanos juliaqueños encuestados se vieron perjudicados económicamente durante el año 2020 cuando la Covid-19 se expandía en territorio nacional, y por el Decreto Supremo N°156-2020-PCM que decreta la limitación al ejercicio del derecho a la libertad de tránsito de las personas; por ende, los ciudadanos no podían expender sus mercaderías en los diferentes mercados de la ciudad y en otros casos no encontraban trabajo.

Tabla 10.

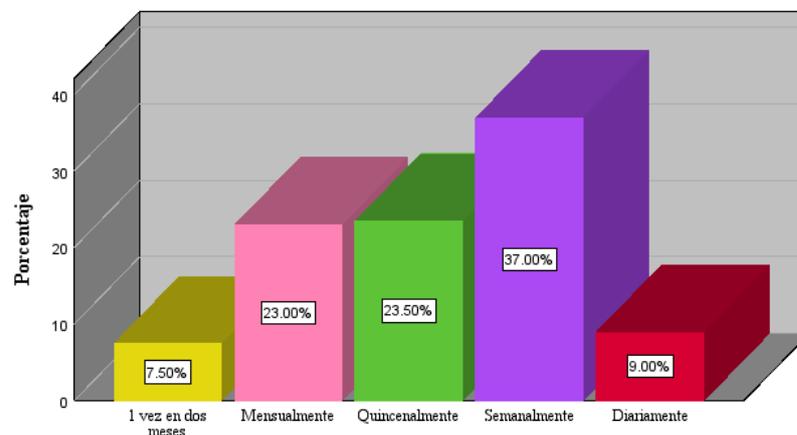
frecuencia de adquisición de los productos de higiene durante la pandemia.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
1 vez en dos meses	15	7,5%
Mensualmente	46	23%
Quincenalmente	47	23,5%
Semanalmente	74	37%
Diariamente	18	9%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 9.

frecuencia de adquisición de los productos de higiene durante la pandemia.



Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. De acuerdo a la tabla 10 y figura 9, el 7,5% de los encuestados adquiriría los productos básicos de higiene (jaboncillo, alcohol, desinfectante, cloro, detergente y otros) 1 vez en dos meses, el 23% compraba los productos de higiene mensualmente, el 23,5% lo adquiriría quincenalmente, mientras que, el 37% lo hacía semanalmente y el 9% lo compraba diariamente e Inter diario.

En ese sentido, el 46% de los ciudadanos juliaqueños encuestados mencionaron que en el año 2020 compraban entre diario y semanalmente los productos básicos de higiene, ello para contrarrestar los contagios masivos de la Covid-19, muertes prematuras de los ciudadanos peruanos y por las recomendaciones brindadas por el Ministerio de Salud y la Red de Salud San Román a través de los materiales audiovisuales difundidos en los medios masivos y redes sociales.

Tabla 11.

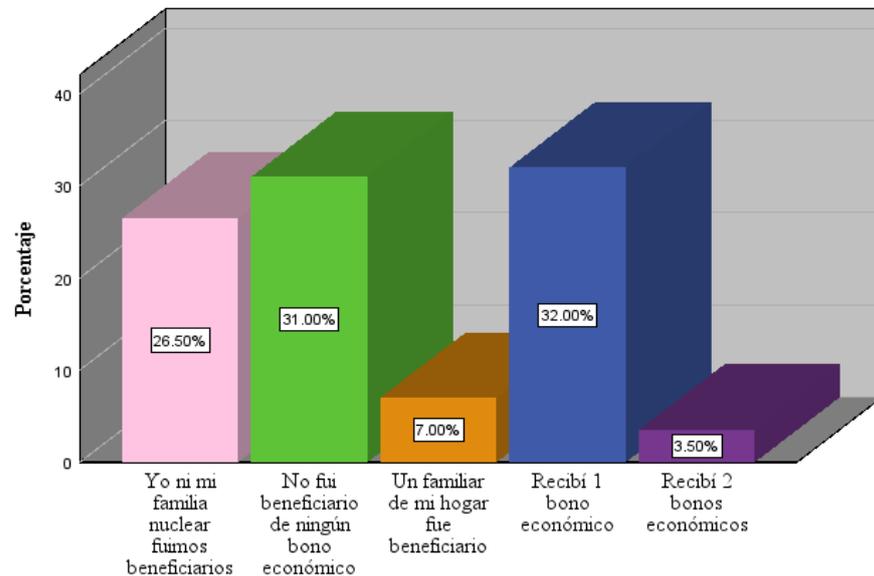
Beneficiarios de bonos económicos que otorgó el Estado peruano - Covid-19.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Yo ni mi familia nuclear fuimos beneficiarios de los bonos	53	26,5%
No fui beneficiario de ningún bono económico	62	31%
Un familiar de mi hogar fue beneficiario	14	7%
Recibí 1 bono económico	64	32%
Recibí 2 bonos económicos	7	3,5%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 10.

Beneficiarios de bonos económicos que otorgó el Estado peruano por Covid-19.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. Según la tabla 11 y figura 10, el 26,5% de los encuestados juliaqueños no fueron beneficiarios de los bonos económicos que otorgó el Estado peruano, ni parte de su familia nuclear, el 31% mencionaron que, como persona natural no se les otorgó los bonos económicos, el 7% de ciudadanos indicaron que un familiar de su hogar percibió un bono, mientras que el 32% de los pobladores se beneficiaron con 1 bono, en tanto, el 3,5% se le dio 2 bonos económicos.

Entonces, el 57,5% de los encuestados en el año 2020 no fueron beneficiarios de ningún bono económico como personas naturales y familia nuclear; mientras que, el 42,5% de los ciudadanos directa e indirectamente fueron beneficiarios de los bonos económicos que aprobó el Estado peruano a través del Decreto Supremo N° 349-2020-EF, las cuales son: El bono urbano “yo me quedo

en casa” de 380 soles, el bono para los “trabajadores independientes” de 760 soles, el bono a favor de los “hogares en condición de pobreza o pobreza extrema en el ámbito rural” de 760 soles y el “bono Universal” de 760 soles.

Tabla 12.

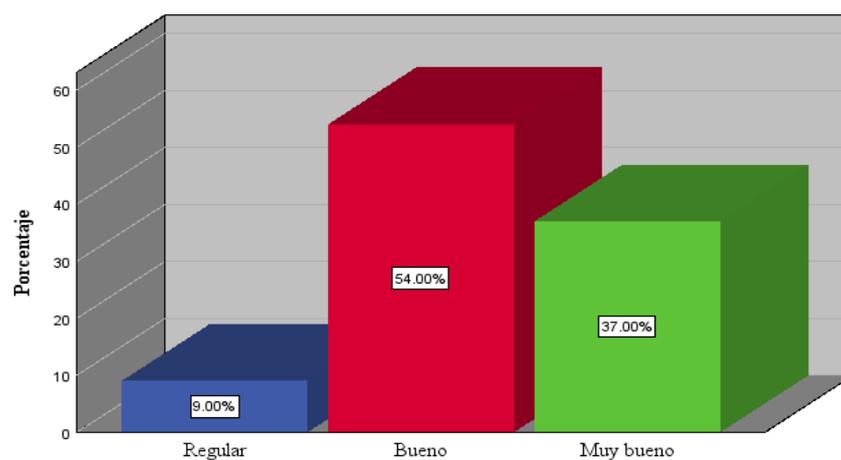
Conocimiento sobre la obligatoriedad de las restricciones impuestas por el Estado peruano - Covid-19.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	0	0,0%
Malo	0	0,0%
Regular	18	9%
Bueno	108	54%
Muy bueno	74	37%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 11.

Conocimiento sobre la obligatoriedad de las restricciones impuestas por el Estado peruano - Covid-19.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.



Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. De acuerdo a la tabla 12 y figura 11, el 9% de los encuestados indicó que estaban regularmente informados sobre las restricciones que impuso el Estado peruano en el año 2020 a causa de la propagación del Covid-19, el 54% de los ciudadanos estaban bien informados y el 37% estaban muy bien informados.

“La información en la teoría de la comunicación tiende a verse como un valor inicial alterado por los procesos de ruido y entropía (mide el desorden de un sistema) que afectan a la señal que la transmite. En la teoría del procesamiento de la información, ésta es vista como una entidad percibida, seleccionada, almacenada y comunicada por los organismos de cara a su supervivencia y realización” (García, 1998).

Entonces, el 91% de los ciudadanos encuestados por la investigadora estuvieron entre “bien” y “muy bien” informados sobre las restricciones del Estado peruano en tiempos de pandemia decretado a través de los decretos supremos N°156-2020-PCM que limita el ejercicio del derecho a la libertad de tránsito de las personas, el Decreto Supremo 057-2020-PCM que establece que el uso de mascarilla es obligatorio para circular por las vías de uso público, el Decreto Supremo 094-2020-PCM que indica que, el distanciamiento social no debe ser menor de un (1) metro y dispone la inmovilización social obligatoria de todas las personas desde las 21.00 horas hasta las 04.00 horas del día siguiente.

Tabla 13.

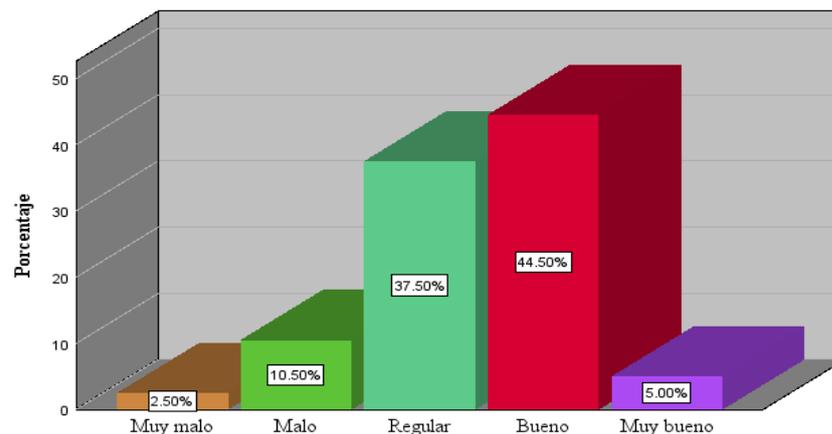
Conocimiento sobre las infracciones y las multas para las personas que no cumplan con las restricciones dictaminadas por el Estado peruano 2020.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	5	2,5%
Malo	21	10,5%
Regular	75	37,5%
Bueno	89	44,5%
Muy bueno	10	5%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 12.

Conocimiento sobre las infracciones y las multas para las personas que no cumplan con las restricciones dictaminadas por el Estado peruano 2020.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. Según la tabla 13 y figura 12, el 2,5% de los encuestados estuvo “muy mal” informado sobre la aprobación del decreto legislativo 1458, donde se aprobó las infracciones y multas para las personas que no cumplan con las restricciones impuestas por el Estado peruano, el 10,5% estuvo mal informados, el 37,5% conocían

regularmente el decreto legislativo; mientras que, el 44,5% de ciudadanos estaban bien informados y el 5% conocían muy bien lo que está plasmado.

“La información puede ser un enunciado, una opinión, hechos, concepto o idea, o una asociación de declaraciones, opiniones o ideas. Está estrechamente asociada con el conocimiento una vez que la información ha sido asimilada, correlacionada y entendida” (Keenan y Johnson, 2000, citado en Martínez, 2012, p. 3).

En tanto, el 49,5% de los ciudadanos conocían entre bien y muy bien las infracciones y multas para las personas que no cumplan con las restricciones impuestas por el Estado peruano durante el año 2020 decretado en el Decreto Legislativo 1458-2020.

Tabla 14.

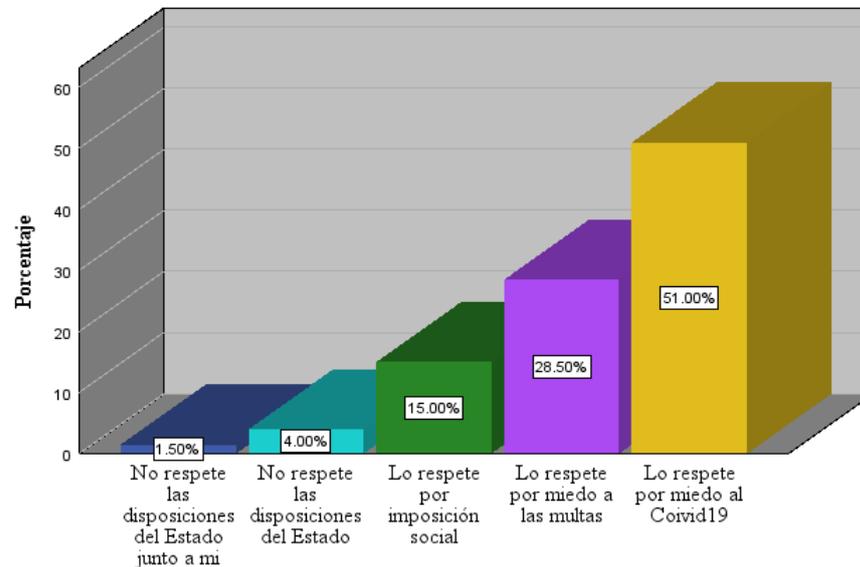
Ciudadanos juliaqueños respetan restricciones del Estado peruano por miedo a la Covid-19.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
No respete las disposiciones del Estado junto a mi familia	3	1,5%
No respete las disposiciones del Estado	8	4%
Lo respete por imposición social	30	15%
Lo respete por miedo a las multas	57	28,5%
Lo respete por miedo al Coivid19	102	51%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 13.

Ciudadanos juliaqueños respetan restricciones del Estado peruano - Covid-19.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. En la tabla 14 y figura 13, se puede visualizar que el 1,5% de los ciudadanos juliaqueños encuestados no respetaron las disposiciones del Estado peruano junto a su familia, el 4% como personas naturales no respetaron las restricciones, el 15% respeto regularmente las restricciones, por imposición social, el 28,5% respeto las imposiciones por miedo a las infracciones - multas y el 51% respeto las exigencias del Estado por miedo a contagiarse con la Covid-19 y en el peor de los casos fallecer a causa de este virus mortal.

En tanto, el 15% respetó las restricciones del Estado peruano por imposición social frente a ello West y Turner (2004) mencionan que “la teoría de la espiral del Silencio mantiene que la sociedad ejerce su poder sobre quienes no se someten mediante la amenaza de aislamiento”; mientras que, el 51% lo respeto por miedo a contagiarse con la Covid-19 y posteriormente fallecer.

Tabla 15.

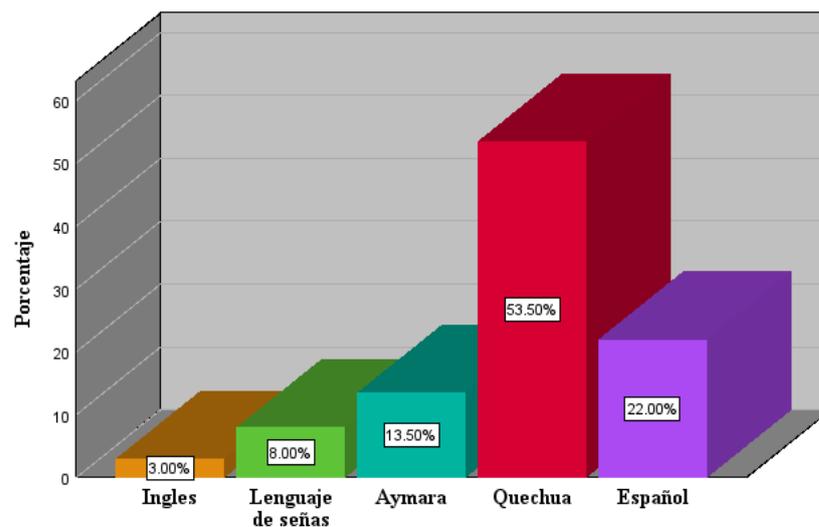
El quechua es el idioma alternativo para difundir los materiales audiovisuales.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Inglés	6	3%
Lenguaje de señas	16	8%
Aimara	27	13,5%
Quechua	107	53,5%
Español	44	22%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 14.

El quechua es el idioma alternativo para difundir los materiales audiovisuales.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. De acuerdo a la tabla 15 y figura 14, el 3% de los encuestados mencionaron que el idioma opcional en que les hubiera gustado que se difundan los materiales audiovisuales de Covid-19 es el inglés, el 8% de ciudadanos en lenguaje de señas, el 13,5% en el aimara, el 53,5% en el idioma quechua y el 22% refirió que en el

lenguaje español estuvo adecuado la difusión de los materiales audiovisuales, ello porque no son bilingües.

Es preciso mencionar que, “En el Perú, 4 millones 390,088 personas tienen como lengua materna una nativa, lo que representa el 16.3% de la población del país, De esa cifra, 3 millones 375,682 personas (13.9%) son quechua hablantes, 444,389 (1.7%) tienen como idioma el aimara y más de 210,000 (0.85%) hablan alguna lengua de la Amazonía” (El Peruano, 2021). Por ello, deberían de elaborar más materiales audiovisuales dirigidos a los pueblos originarios del Perú y terminar con algunos sesgos de un sector de la población.

Entonces, el 78% de los encuestados no les pareció adecuado la difusión de los materiales audiovisuales sólo en el idioma español y mencionaron que debería de existir inclusión del lenguaje en los materiales audiovisuales de la Red de Salud San Román – El Ministerio de Salud del Perú y prefirieron como idioma alternativo el quechua – aimara – lenguaje de señas y el inglés; ya que los ciudadanos son bilingües y tienen como idioma materno el quechua-aimara.

Tabla 16.

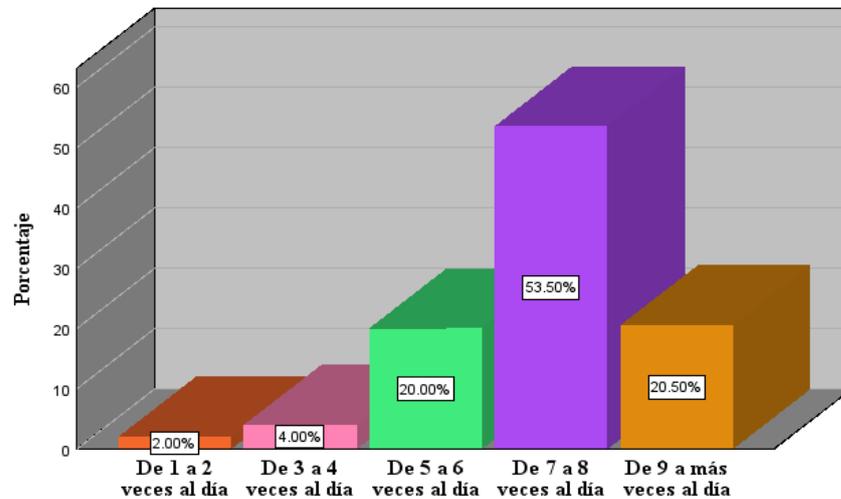
Frecuencia del lavado de las manos durante la pandemia - 2020.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 2 veces al día	4	2%
De 3 a 4 veces al día	8	4%
De 5 a 6 veces al día	40	20%
De 7 a 8 veces al día	107	53,5%
De 9 a más veces al día	41	20,5%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 15.

Frecuencia del lavado de las manos durante la pandemia - 2020.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. Según la tabla 16 y figura 15, el 2% de los ciudadanos juliaqueños encuestados se lavan las manos de 1 a 2 veces al día con agua y jabón, el 4% de 3 a 4 veces al día, el 20% de ciudadanos se lava las manos de 5 a 6 veces al día, el 53,5% de 7 a 8 veces al día y el 20,5% de 9 a más veces al día.

La Organización Mundial de la Salud recomienda lavarse las manos entre 8 veces al día con agua y jabón. “Realizar lavado de las manos con agua y jabón durante 40-60 segundos, Inmediatamente al llegar de la calle a casa, antes y después de comer, antes y después de preparar comida, después de ir al baño, antes y después de realizar una tarea de limpieza y después de tocar dinero” (OPS, s.f.).

Por lo tanto, el 74% de los pobladores juliaqueños encuestados realizaron una adecuada higiene de las manos en tiempos de Covid-19 durante el año 2020, lavándose apropiadamente entre 7 a más veces al día, con agua y jabón.

Tabla 17.

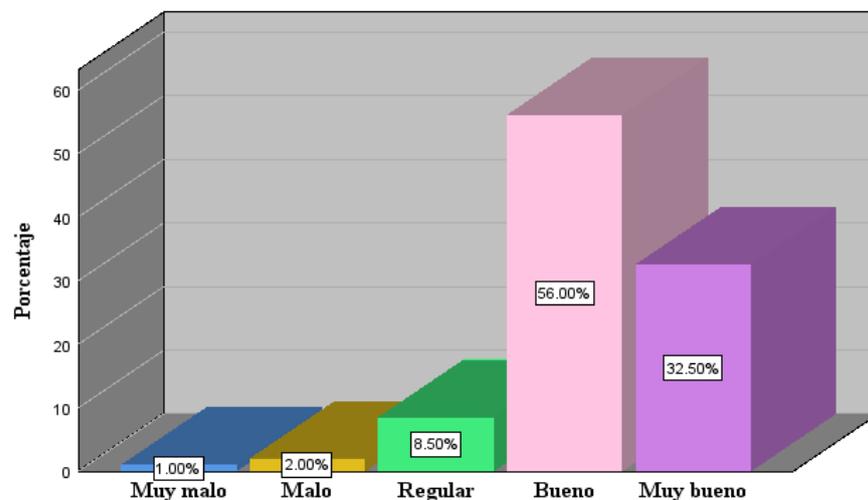
Realización de la desinfección de frutas y verduras por la pandemia.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	2	1%
Malo	4	2%
Regular	17	8,5%
Bueno	112	56%
Muy bueno	65	32,5%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 16.

Realización de la desinfección de frutas y verduras por la pandemia.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. De acuerdo a la tabla 17 y figura 16, el 1% de los encuestados en el año 2020 no realizaba la desinfección de las frutas y verduras “muy malo”, el 2% de ciudadanos realizaba mal el lavado y desinfección de frutas y verduras, el 8,5%

de pobladores ejecutaba la desinfección regularmente, mientras que, el 56% lo realizaba bien y el 32,5% practicaba constantemente la desinfección de los productos básicos (muy bueno).

La Organización Panamericana de la Salud (OMS, s.f.) recomienda “lavar las frutas y vegetales con abundante agua. Se puede utilizar vinagre para desinfectar frutas y verduras (1 vaso de vinagre en litro de agua), sumergir de 5 a 10 minutos las frutas y verduras. También, se puede utilizar cloro diluido (una cucharadita de cloro comercial en un litro de agua) y limpiar con esponja, no mezclar el cloro con otros desinfectantes”.

En tanto, el 88,5% de los ciudadanos juliaqueños encuestados realizaba adecuadamente la desinfección de las frutas y verduras en el año 2020, “bueno” y “muy bueno”, después de comprarlas en el mercado.

Tabla 18.

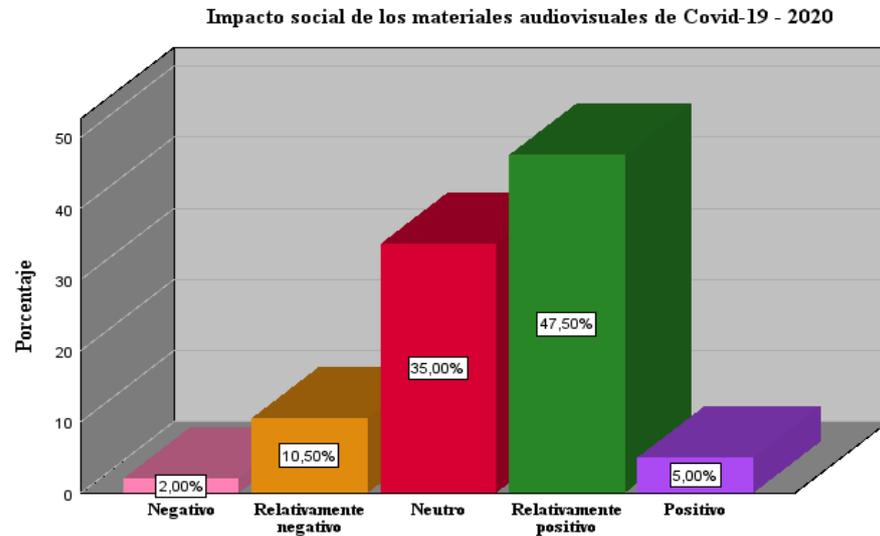
Impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 en los ciudadanos.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Negativo	4	2,0%
Relativamente negativo	21	10,5%
Neutro	70	35%
Relativamente positivo	95	47,5%
Positivo	10	5%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 17.

Impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 en ciudadanos.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. De acuerdo a la tabla 18 y figura 17, el 2% de los ciudadanos juliaqueños encuestados mencionaron que los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román impactaron de manera negativa en su persona, el 10,5% mencionó que impacto relativamente negativo, el 35% indicó que impactaron de forma neutra, el 47,5% mencionaron que impacto relativamente positivo y el 5% de manera positiva.

“Los impactos son resultados al nivel de propósito o fin del programa. Implican un mejoramiento significativo y, en algunos casos, perdurable o sustentable en el tiempo, en alguna de las condiciones o características de la población objetivo. Un resultado final suele expresarse como un beneficio a mediano y largo plazo obtenido por la población atendida” (Liberta, 2007, párrafo 4).

Entonces, el impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román difundidos en medios tradicionales y redes sociales es relativamente positivo en el 47,5% de ciudadanos juliaqueños encuestados.

Tabla 19.

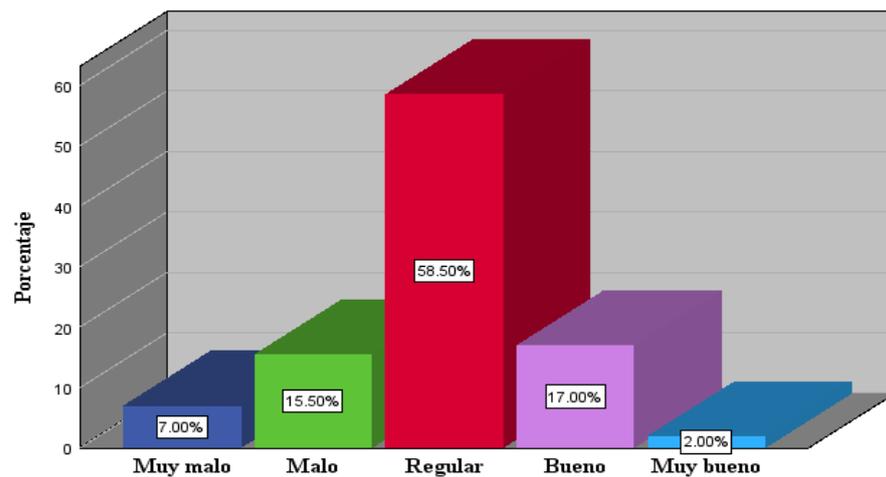
Calificación de los temas de los videos de Covid-19 - 2020.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	14	7%
Malo	31	15,5%
Regular	117	58,5%
Bueno	34	17%
Muy bueno	4	2%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 18.

Calificación de los temas de los videos de Covid-19 - 2020.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. De

acuerdo a la tabla 19 y figura 18, el 7% de los ciudadanos juliaqueños encuestados calificaron como “muy malos” y básicos los temas abordados en los videos audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román del año 2020, el 15,5% los describen como “malos” porque carecían de información comprobada por especialistas peruanos, el 58,5% los califican como regulares por la falta de más materiales audiovisuales en diversos idiomas del país, el 17% los calificaron como buenos por lo específico de los temas y el 2% como “muy buenos” porque los temas eran específicos y tenían un tiempo corto de reproducción.

En tanto, el 58,5% del total de los ciudadanos encuestados mencionaron que los temas abordados en los videos audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román estuvieron “regulares” porque eran muy básicos, hacía falta de investigaciones por especialistas peruanos en salud y la complementación adecuada de información extraída del extranjero.

Tabla 20.

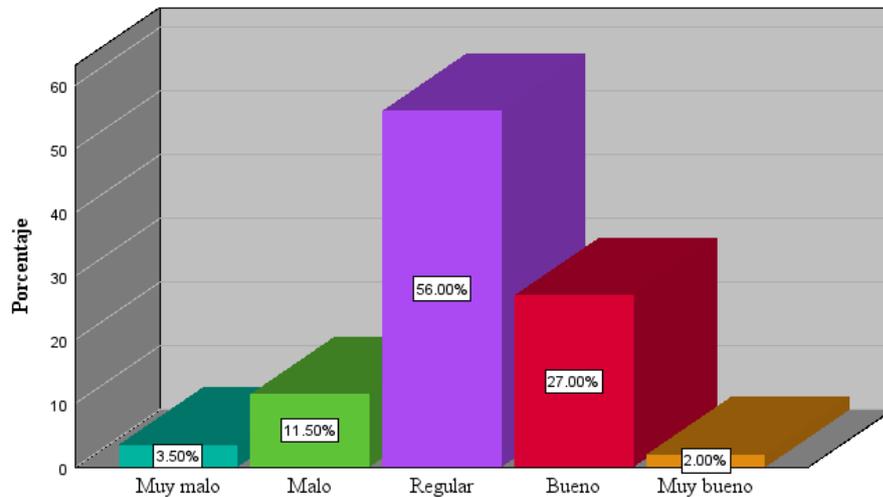
Calificación del mensaje de los videos de Covid-19 - 2020.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	7	3,5%
Malo	23	11,5%
Regular	112	56%
Bueno	54	27%
Muy bueno	4	2%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 19.

Calificación del mensaje de los videos de Covid-19 - 2020.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. De acuerdo a la tabla 20 y figura 19, el 3,5% de los ciudadanos juliaqueños encuestados calificaron los mensajes de los videos audiovisuales difundidos en TV de la Red de Salud San Román como “muy malos”, el 11,5% como “malos”, el 56% como “regulares”, el 27% como “buenos” y el 2% lo calificó como “muy buenos”.

“El mensaje es la información que el emisor desea transmitir al receptor, para que los mensajes puedan transmitirse, es necesario de sistemas de signos como caracteres o letras y de códigos de lenguajes, bien sea inglés, español o portugués, además, puede transmitirse de forma escrita, oral o con imágenes” (Pérez, 2023).

Entonces, de los encuestados el 56% calificaron los mensajes de los videos audiovisuales de la Red de Salud San Román difundidos en tv en el año 2020 como “regulares”, debido a los mensajes subliminales de los productos audiovisuales y el no entendimiento de estos por los pobladores del distrito de Juliaca y la falta de dominio del audiovisual entre los especialistas de comunicación.

Tabla 21.

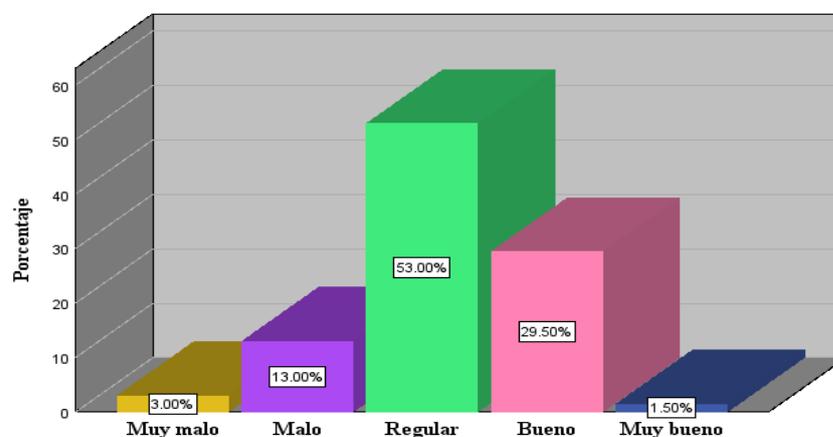
Calificación del sonido de los videos de Covid-19 - 2020.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	6	3%
Malo	26	13%
Regular	106	53%
Bueno	59	29,5%
Muy bueno	3	1,5%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 20.

Calificación del sonido de los videos de Covid-19 - 2020.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. De acuerdo a la tabla 21 y figura 20, el 3% de los ciudadanos juliaqueños encuestados calificaron los sonidos (pistas musicales) utilizados en los videos audiovisuales de la Red de Salud San Román difundidos en TV como “muy malos”, el 13% lo calificó como “malos”, el 53% lo calificó como “regulares, el 29,5% lo calificó como “buenos” y el 1,5% como “muy buenos”.

“El sonido es la sensación producida en el órgano del oído por el movimiento vibratorio de los cuerpos (presión sonora), transmitido por un medio elástico, como el aire” (Gutman y Risso, s.f. párrafo 9).

Entonces, el 53% de los ciudadanos juliaqueños encuestados calificó como “regulares” los sonidos de los videos audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román difundidos en TV en el año 2020.

Tabla 22.

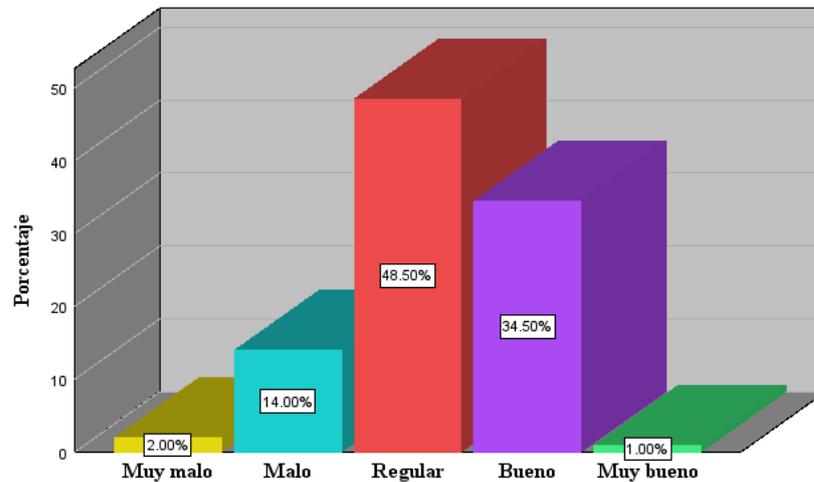
Calificación de la calidad de las imágenes de los videos de Covid-19 -2020.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	4	2%
Malo	28	14%
Regular	97	48,5%
Bueno	69	34,5%
Muy bueno	2	1%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 21.

Calificación de la calidad de las imágenes de los videos de Covid-19 - 2020.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. De acuerdo a la tabla 22 y figura 21, el 2% de los ciudadanos juliaqueños encuestados calificaron como “muy malos” las imágenes de los videos audiovisuales de la Red de Salud San Román difundidos en tv, el 14% lo calificó como “malo”, el 48,5% lo calificó como “regulares”, el 34,5% lo calificó como “bueno”, el 1% lo calificó como “muy bueno”.

Entonces, el 48,5% de los pobladores juliaqueños encuestados coincidieron en calificar las imágenes de los videos audiovisuales difundidos en TV de la Red de Salud San Román - 2020 como “regulares”, debido a la falta de escenografías atractivas que representen el tema, la falta de realismo de los productos audiovisuales y la escasa información inmediata.

Tabla 23.

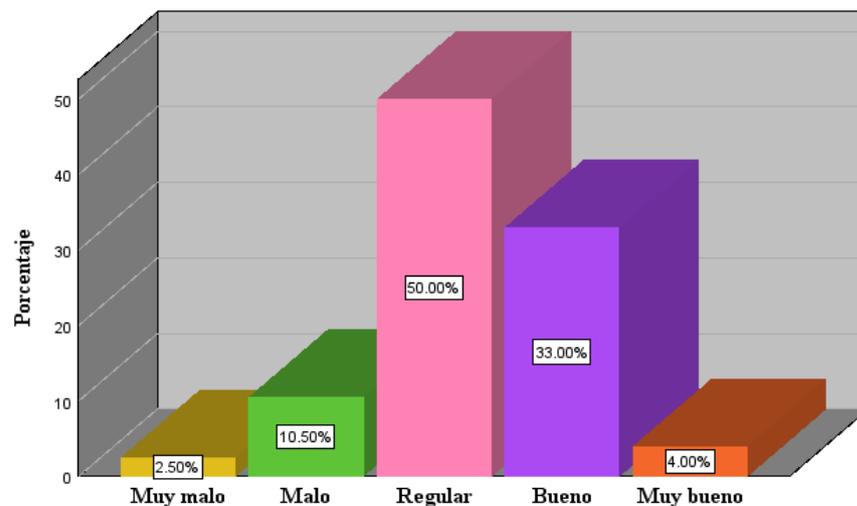
Calificación del lenguaje utilizado por el locutor en los videos de Covid-19.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	5	2,5%
Malo	21	10,5%
Regular	100	50%
Bueno	66	33%
Muy bueno	8	4%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 22.

Calificación del lenguaje utilizado por el locutor en los videos de Covid-19.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. De acuerdo a la tabla 23 y figura 22, el 2,5% de los ciudadanos juliaqueños encuestados calificaron el lenguaje de los locutores de los videos audiovisuales de Covid-19 difundidos en TV de la Red de Salud San Román como “muy malos”,

el 10,5% lo calificaron como “malo”, el 50% como “regular”, el 33% como “bueno” y el 4% calificó el lenguaje del locutor como “muy buenos”.

“El lenguaje es un sistema de signos que utiliza el ser humano, para comunicarse con los demás o para reflexionar consigo mismo. Este sistema de signos puede ser expresado por medio del sonido (signos articulados) o por medios gráficos (escritura). Estas dos posibilidades de los signos lingüísticos corresponden a los dos usos del lenguaje: código oral y código escrito” (Ugalde, 1989, p. 17).

Entonces, el 50% de los pobladores juliaqueños encuestados calificaron el lenguaje del locutor de los materiales audiovisuales de Covid-19 difundidos en TV en el año 2020 de la Red de Salud San Román como “regulares”, por el escaso uso del lenguaje coloquial y la apertura a la pronunciación de palabras nuevas.

Tabla 24.

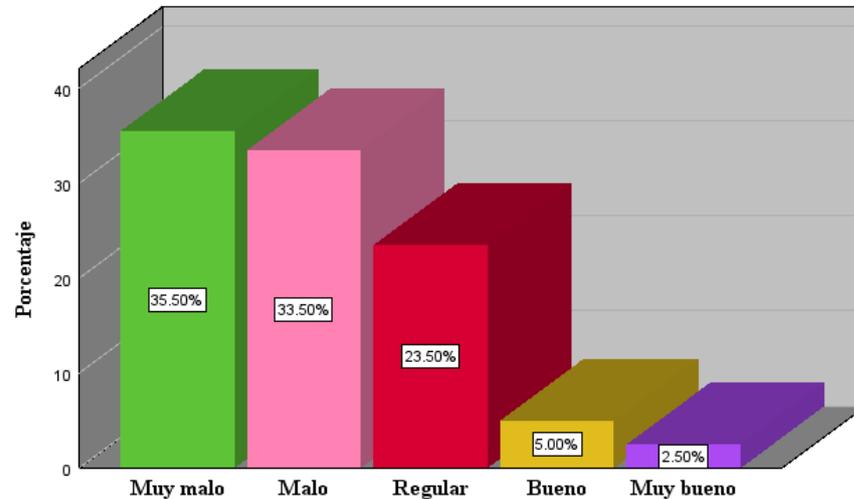
Práctica de la desinfección de zapatos y manijas de las puertas - 2020.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	71	35,5%
Malo	67	33,5%
Regular	47	23,5%
Bueno	10	5%
Muy bueno	5	2,5%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 23.

Práctica de la desinfección de zapatos y manijas de las puertas - 2020.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. Según la tabla 24 y figura 23, el 35,5% de los ciudadanos juliaqueños encuestados no puso en práctica lo mostrado en los materiales audiovisuales de Covid-19 difundidos en TV de la Red de Salud San Román con referencia a la desinfección de zapatos – manijas de puertas en el año 2020 (muy malo), el 33,5% tampoco realizaba la desinfección “malo”, el 23,5% lo ejecuto “regularmente”, el 5% de pobladores lo realizaba cada vez que ingresaba a una entidad pública y privada, el 2,5% lo ejecutaba cada vez que salía de su casa y volvía a su hogar.

“La probabilidad de que el virus de la Covid-19 se propague mediante los zapatos es muy baja. Como medida de precaución, especialmente en hogares donde haya bebés y niños pequeños que gateen, considere dejar los zapatos a la

entrada de su casa. Esto ayudará a prevenir el contacto con la suciedad o cualquier desecho que pueda ser transportado en las suelas de los zapatos” (OMS, 2020).

Entonces, el 69% de los pobladores juliaqueños encuestados no puso en práctica la desinfección de zapatos – manijas de puerta durante la pandemia en el año 2020, representado en la tabla como “muy malo” y “malo”.

Tabla 25.

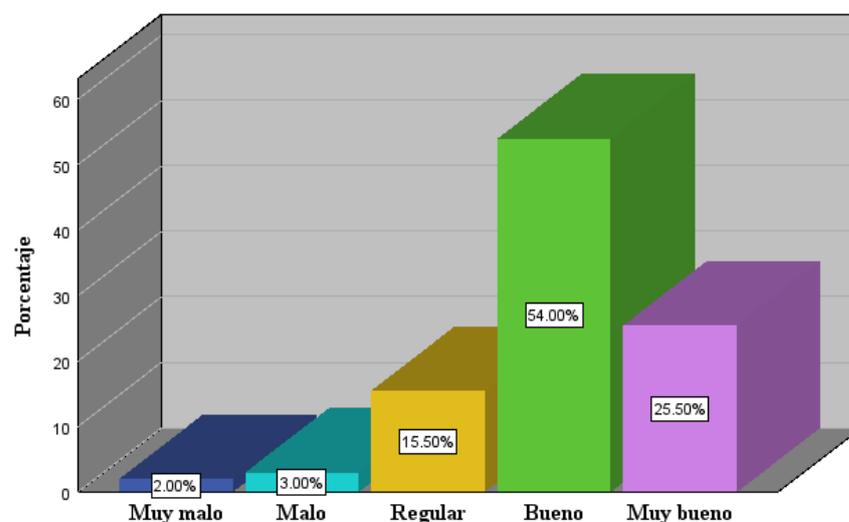
Práctica de los ciudadanos sobre la utilización del barbijo y mascarillas.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	4	2%
Malo	6	3%
Regular	31	15,5%
Bueno	108	54%
Muy bueno	51	25,5%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 24.

Práctica de los ciudadanos sobre la utilización del barbijo y mascarillas.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. De acuerdo a la tabla 25 y figura 24, el 2% de los ciudadanos juliaqueños encuestados nunca utilizaron los barbijos – mascarillas durante la pandemia en el año 2020 impuesta por el Estado peruano por la Covid-19 (muy malo), el 3% casi nunca (malo) lo utilizó, el 15,5% lo utilizó regularmente, el 54% lo utilizó casi siempre (bueno) y el 25,5% lo utilizó siempre (muy bueno).

“Las mascarillas deben utilizarse como parte de una estrategia integral de medidas para suprimir la transmisión de la Covid-19 y salvar vidas” (OMS, 2020).

Entonces, el 79,5% de ciudadanos juliaqueños encuestados utilizaron los barbijos – mascarillas casi siempre (bueno) y siempre (muy bueno) durante la expansión de la Covid-19 en el año 2020, en algunos casos lo usaron por imposición social, por miedo a contagiarse de la Covid-19 y por la aprobación del Decreto Supremo 057-2020 que establece que el uso de mascarilla es obligatorio para circular por las vías de uso público, y el Decreto Legislativo 1458 donde se aprobó la multa para las personas que no acaten las restricciones del Estado peruano con el 8% de una UIT que estaría representado por el monto de 344 soles.

Tabla 26.

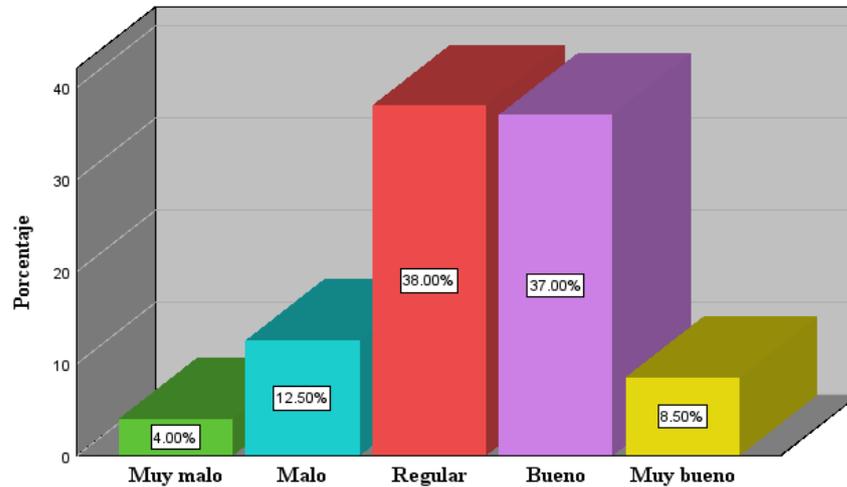
Práctica de los ciudadanos sobre el distanciamiento social de 1 metro.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	8	4%
Malo	25	12,5%
Regular	76	38%
Bueno	74	37%
Muy bueno	17	8,5%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 25.

Práctica de los ciudadanos sobre el distanciamiento social de 1 metro.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. De acuerdo a la tabla 26 y figura 25, el 4% de los ciudadanos juliaqueños encuestados nunca (muy malo) respeto el distanciamiento social de 1 metro en el año 2020 impuesto por el Estado peruano a raíz de la propagación de la Covid-19, el 12,5% casi nunca (malo) respetaron el distanciamiento social, el 38% lo respeto regularmente, el 37% lo respeto casi siempre (bueno) y el 8,5% lo respeto siempre (muy bueno).

Por ende, el 45,5% de los pobladores juliaqueños encuestados respetaron “bien y “muy bien” el distanciamiento social de un metro impuesto por el Estado peruano a través del Decreto Supremo 094-2020-PCM en el año 2020 a raíz de la expansión de la Covid-19 y el Decreto Legislativo N°1458 que multa a las personas que no cumplan con esta restricción obligatoria y formen aglomeraciones

en los establecimientos comerciales, con el 2% de una UIT que estaba representada por 86 soles.

Tabla 27.

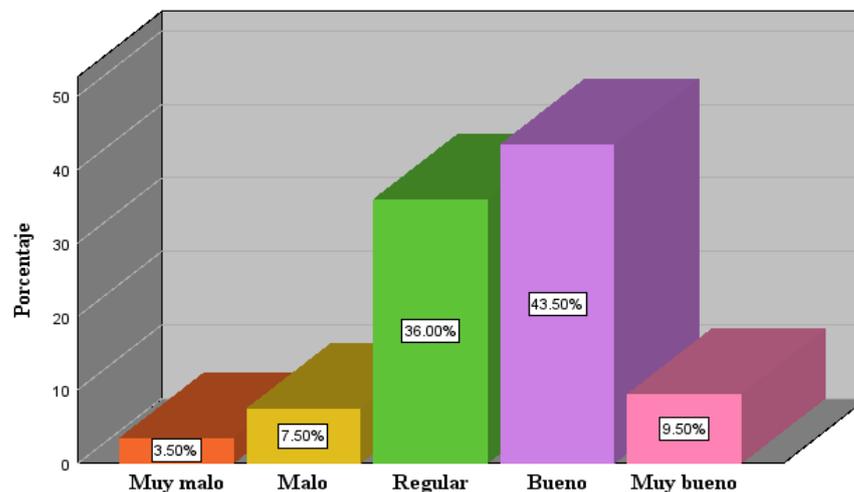
Práctica de los ciudadanos sobre el confinamiento social o toque de queda.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	7	3,5%
Malo	15	7,5%
Regular	72	36%
Bueno	87	43,5%
Muy bueno	19	9,5%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 26.

Práctica de los ciudadanos sobre el confinamiento social o toque de queda.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: El total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representada el 100%. De acuerdo a la tabla 27 y figura 26, el 3,5% de los ciudadanos juliaqueños nunca

(muy malo) pusieron en práctica el confinamiento social – cuarentena impuestos por el Estado peruano en el año 2020 por la expansión del Covid-19, el 7,5% casi nunca (malo), el 36% lo respeto regularmente, el 43,5% lo respeto casi siempre (bueno), y el 9,5% respeto siempre la cuarentena (muy bueno).

“El toque de queda es una medida gubernativa que, en circunstancias excepcionales, prohíbe el tránsito o permanencia en las calles de una ciudad durante determinadas horas, generalmente nocturnas” (Diccionario panhispánico del español jurídico, 2022, s.f.).

En tanto, el 53% de pobladores juliaqueños encuestados respetaron casi siempre (bueno) y siempre (muy bueno) el confinamiento social y/o cuarentena impuesta por el Estado peruano en el año 2020 a través del Decreto Supremo 094-2020-PCM, que dispone la inmovilización social obligatoria de todas las personas desde las 21.00 horas hasta las 04.00 horas del día siguiente a causa de la propagación de la Covid-19, y a través del Decreto Legislativo 1458 se multó a los pobladores que no respetaron las restricciones con el 9% de una UIT que está representado por 387 Soles.

Tabla 28.

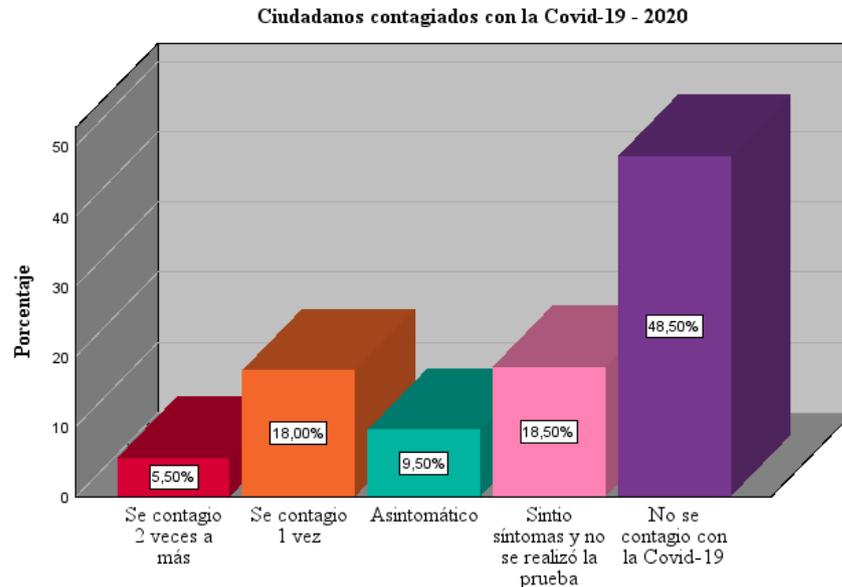
Contagio de Covid-19 en ciudadanos del distrito de Juliaca-2020.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Se contagió 2 veces a más	11	5,5%
Se contagió 1 vez	36	18%
Asintomático	19	9,5%
Sintió síntomas y no se realizó la prueba	37	18,5%
No se contagió con la Covid-19	97	48,5%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 27.

Contagio de Covid-19 en ciudadanos del distrito de Juliaca-2020.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: El total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. De acuerdo a la tabla 28 y figura 27, el 5,5% de los ciudadanos juliaqueños encuestados mencionaron que se contagiaron de Covid-19 dos veces a más en el año 2020, el 18% se contagió sólo una vez, el 9,5% eran asintomáticos, el 18,5% sintió síntomas y no se realizó la prueba y el 48,5% no se contagiaron con la Covid-19 en el año 2020.

“La Covid-19 es una enfermedad infecciosa causada por el virus SARS-CoV-2, la mayoría de las personas infectadas con el virus experimentarán enfermedad respiratoria de leve a moderada y se recuperarán sin requerir un tratamiento, Sin embargo, algunos se enfermarán gravemente” (OMS, 2020).

Entonces, el 48.5% de los pobladores juliaqueños encuestados no se contagiaron con la Covid-19 en el año 2020, pese a no cumplir con todas las medidas preventivas contra el coronavirus.

Tabla 29.

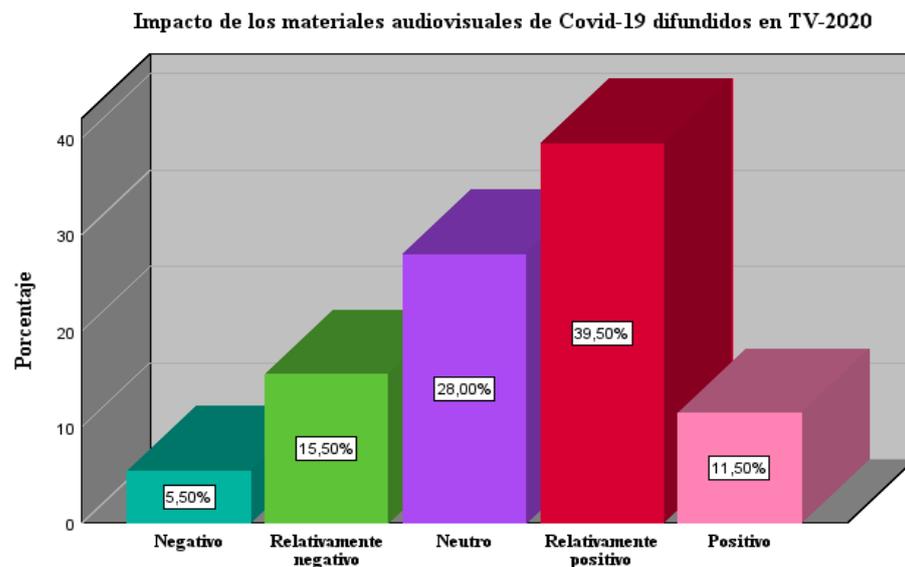
Impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 difundidos en TV en ciudadanos de Juliaca.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Negativo	11	5,5%
Relativamente negativo	31	15,5%
Neutro	56	28%
Relativamente positivo	79	39,5%
Positivo	23	11,5%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 28.

Impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 difundidos en TV en ciudadanos de Juliaca.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. De acuerdo a la tabla 29 y figura 28, el 5,5% de los ciudadanos juliaqueños encuestados mencionaron que los materiales audiovisuales de Covid-19

difundidos en TV en el año 2020 de la Red de Salud San Román impactaron de manera negativa en su persona, el 15,5% recalzó que impacto relativamente negativo, el 28% indicó que impacto de forma neutra, el 39,5% refirió que impacto relativamente positivo y el 11,5% indicó que impacto positivamente.

“Los impactos son resultados al nivel de propósito o fin del programa, implican un mejoramiento significativo y, en algunos casos, sustentable en el tiempo, en alguna de las condiciones o características de la población objetivo. Un resultado final suele expresarse como un beneficio a mediano y largo plazo obtenido por la población atendida” (Liberta, 2007, párr. 4).

En tanto, el 39,5% de ciudadanos juliaqueños encuestados mencionaron que los materiales audiovisuales difundidos en TV impacto relativamente positivo en su persona, debido a la escasa divulgación de productos audiovisuales propios de la Red de Salud San Román, ya que la mayoría fueron elaborados por personal del Ministerio de Salud del Perú.

Tabla 30.

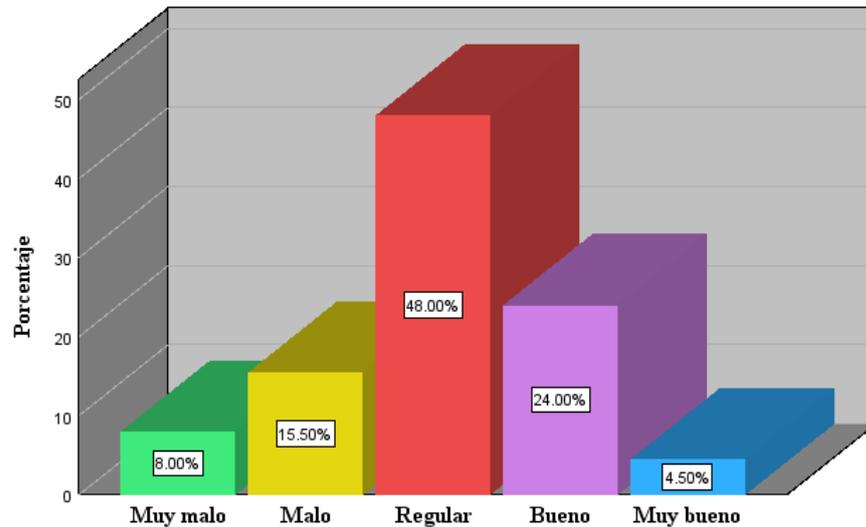
Calificación de los contenidos de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR -2020.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	16	8%
Malo	31	15,5%
Regular	96	48%
Bueno	48	24%
Muy bueno	9	4,5%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 29.

Calificación de los contenidos de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR– 2020.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representada el 100%. De acuerdo a la tabla 30 y figura 29, el 8% de los pobladores juliaqueños encuestados calificaron como “muy malos” el contenido (temas) de los materiales visuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román difundidos en Facebook en el año 2020, el 15,5% lo calificó como “malos”, el 48% lo calificó como “regulares”, el 24% lo calificó como “buenos” y el 4,5% lo calificó como “muy buenos”.

“Los materiales visuales son aquellos que expresan mensajes a través de imágenes, incluido el que se combina con la palabra escrita y con objetos reales existentes en la localidad” (OPS, 1984, P. 13).

En tanto, el 48% de los ciudadanos juliaqueños encuestados calificaron a los contenidos de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de

la Red de Salud San Román como “regulares”, debido a la falta de creatividad y más información sobre el nuevo virus mortal.

Tabla 31.

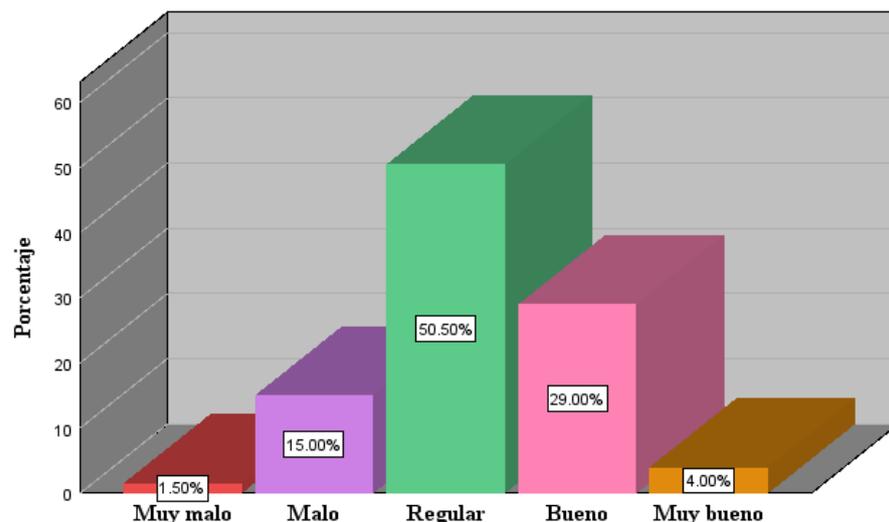
Calificación del mensaje de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	3	1,5%
Malo	30	15%
Regular	101	50,5%
Bueno	58	29%
Muy bueno	8	4%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 30.

Calificación del mensaje de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. De acuerdo a la tabla 31 y figura 30, el 1,5% de los ciudadanos juliaqueños encuestados calificaron los mensajes de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la Red de Salud San Román del año 2020 como “muy malos”, el 15% lo calificó como “malos”, el 50,5% lo calificó como “regular”, el 29% lo calificó como “bueno” y el 4% lo calificaron como “muy buenos”.

“El mensaje es la información que el emisor desea transmitir al receptor, para que se pueda transmitir es necesario de sistemas de signos como caracteres o letras y de códigos de lenguajes, bien sea inglés, español o portugués, además, puede transmitirse de forma escrita, oral o con imágenes” (Pérez, 2023).

En tanto, el 50,5% de los pobladores juliaqueños encuestados calificaron como “regulares” los mensajes de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la Red de Salud San Román en el año 2020, por los mensajes subliminales, en algunos casos no entendibles por los pobladores y la falta de dominio del audiovisual por parte de los especialistas de las entidades correspondientes.

Tabla 32.

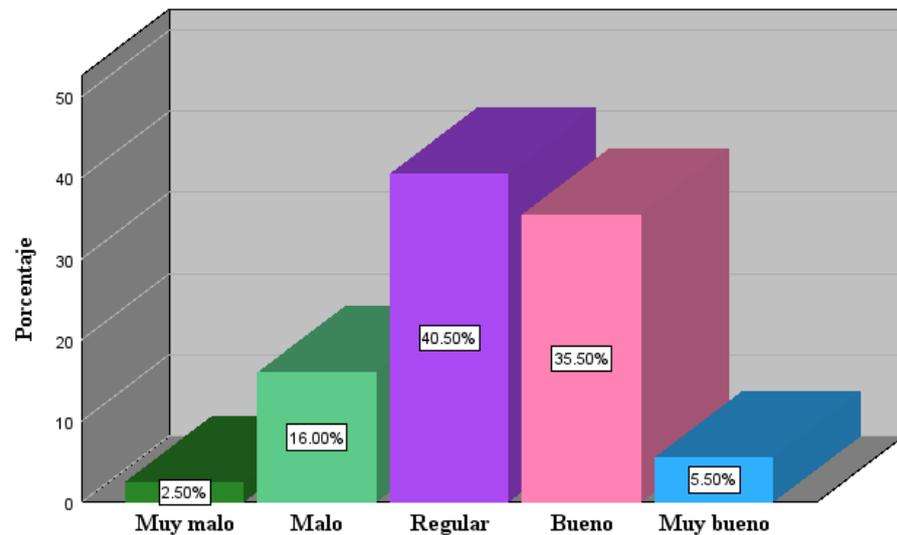
Calificación de la coherencia de las imágenes de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	5	2,5%
Malo	32	16%
Regular	81	40,5%
Bueno	71	35,5%
Muy bueno	11	5,5%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 31.

Calificación de la coherencia de las imágenes de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. De acuerdo a la tabla 32 y figura 31, el 2,5% de los ciudadanos juliaqueños encuestados calificaron como “muy malos” las imágenes de los materiales visuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román difundidos en Facebook en el año 2020, el 16% lo calificaron como “malos”, el 40,5% lo calificaron como “regulares”, el 35,5% lo calificaron como “buenos” y el 5,5% lo calificaron como “muy malos”.

Entonces, el 40,5% de los pobladores juliaqueños encuestados calificaron las imágenes de los materiales visuales difundidos en Facebook de la Red de Salud San Román como “regulares”, debido a la falta de ilustraciones correspondientes

al tema tratado en los materiales visuales y la falta de dominio de diseño gráfico de los especialistas en comunicación de la entidad correspondiente.

Tabla 33.

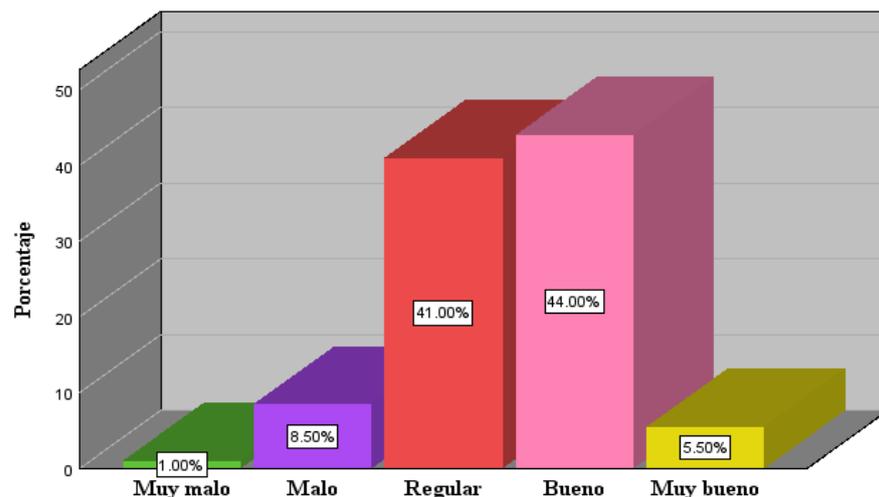
Calificación de lo sencillo de comprender las palabras utilizadas en los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	2	1%
Malo	17	8,5%
Regular	82	41%
Bueno	88	44%
Muy bueno	11	5,5%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 32.

Calificación de lo sencillo de comprender las palabras utilizadas en los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. De acuerdo a la tabla 33 y figura 32, el 1% de los ciudadanos juliaqueños encuestados calificaron las palabras de los materiales visuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román difundidos en Facebook en el año 2020 como “muy malos”, el 8,5% lo calificaron como “malos, el 41% lo calificaron como “regulares”, el 44% lo calificaron como “buenos” y el 5,5% lo calificaron como “muy buenos”.

Entonces, el 44% de los pobladores juliaqueños encuestados calificaron las palabras de los materiales visuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román difundidos en Facebook en el año 2020 como “buenos”, debido a que estaba plasmado en los productos palabras que en ese entonces no comprendían los ciudadanos y no se encontraban escritas en los diferentes idiomas maternos de los pobladores.

Tabla 34.

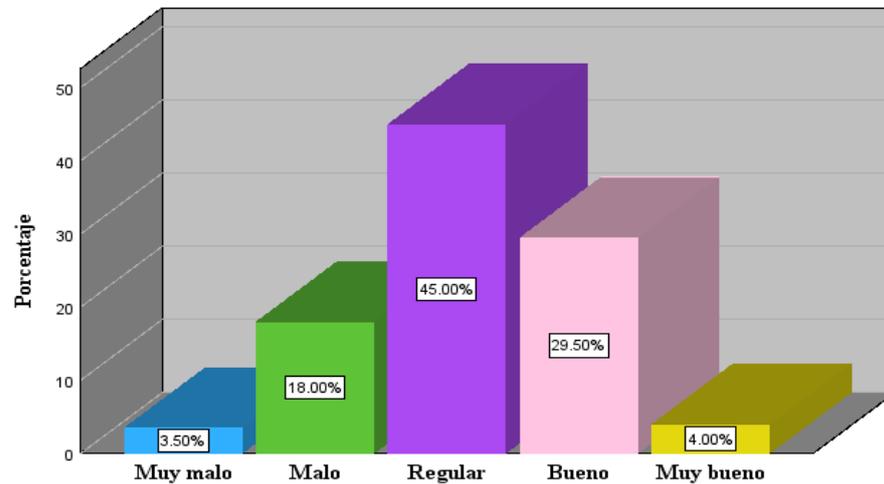
Calificación de los colores utilizados en los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	7	3,5%
Malo	36	18%
Regular	90	45%
Bueno	59	29,5%
Muy bueno	8	4%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 33.

Calificación de los colores utilizados en los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: El total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. De acuerdo a la tabla 34 y figura 33, el 3,5% de los ciudadanos juliaqueños encuestados calificaron los colores utilizados en los materiales visuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román difundidos en Facebook como “muy malos”, el 18% lo calificó como “malo”, el 45% lo calificó como regular, el 29,5% lo calificó como “bueno” y el 4% lo calificó como “muy buenos”.

“El color es la sensación producida por los rayos luminosos que impresionan los órganos visuales y que depende de la longitud de onda” (RAE, 2001, definición 1).

Entonces, el 45% de los ciudadanos encuestados calificaron como regulares los colores utilizados en los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la Red de Salud San Román en el año 2020, porque no

combinaban los colores utilizados y daban un mal aspecto al diseño de los materiales visuales.

Tabla 35.

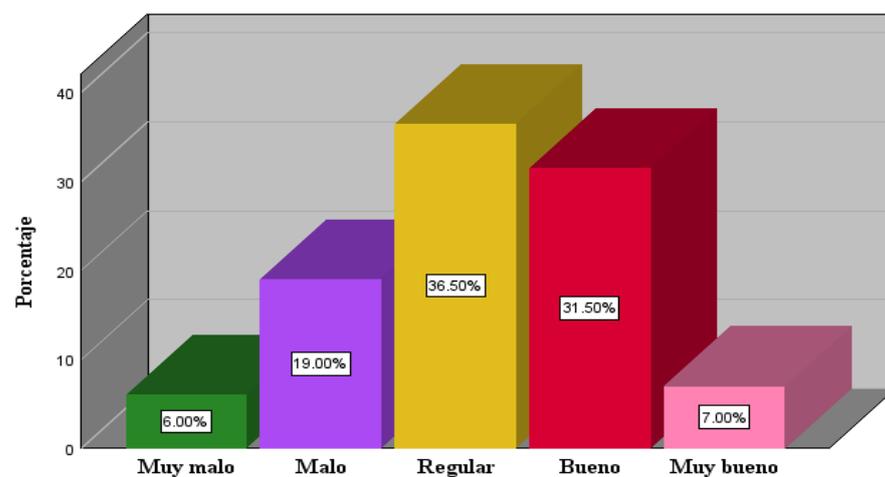
Calificación del tamaño de las letras de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	12	6%
Malo	38	19%
Regular	73	36,5%
Bueno	63	31,5%
Muy bueno	14	7%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 34.

Calificación del tamaño de las letras de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. De acuerdo a la tabla 35 y figura 34, el 6% de los ciudadanos juliaqueños entre varones - mujeres encuestados calificaron como “muy malos” el tamaño de las letras utilizadas en los materiales visuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román difundidos en Facebook en el año 2020, 19% lo calificó como “malos”, el 38,5% lo calificó como “regulares”, el 31,5% lo calificó como “bueno”, el 7% lo calificó como “muy buenos”.

En tanto, el 38,5% de los pobladores calificaron al tamaño de las letras de los materiales visuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román difundidos en Facebook en el año 2020 como “regulares”, a causa de que algunos casos no se podían visualizar correctamente las palabras a través de los celulares.

Tabla 36.

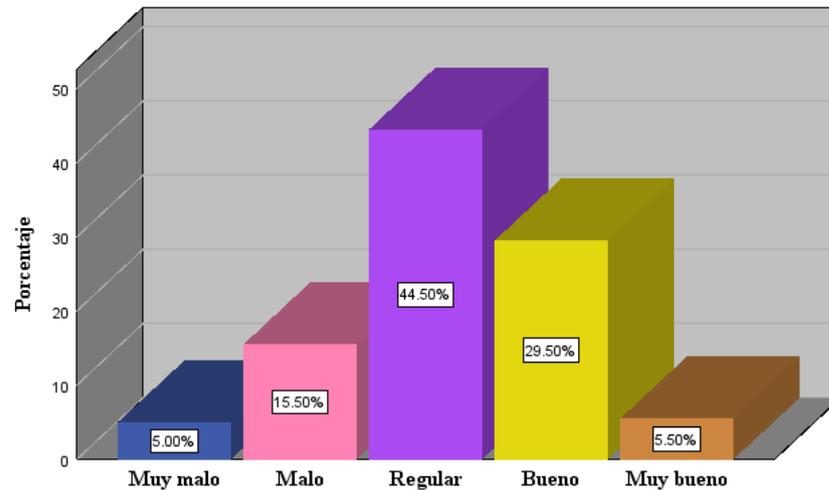
Calificación sobre la cantidad de las imágenes ilustrativas en los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	10	5%
Malo	31	15,5%
Regular	89	44,5%
Bueno	59	29,5%
Muy bueno	11	5,5%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 35.

Calificación sobre la cantidad de las imágenes ilustrativas en los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. De acuerdo a la tabla 36 y figura 35, el 5% de los ciudadanos juliaqueños encuestados calificaron la cantidad de imágenes ilustrativas de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román difundidos en Facebook en el año 2020 como “muy malos”, el 15,5% lo calificó como “malos”, el 44,5% lo calificaron como “regulares”, el 29,5% lo calificaron como “bueno” y el 5,5% lo calificaron como “muy buenos”.

El 44,5% de los pobladores juliaqueños encuestados entre varones - mujeres calificaron la cantidad de imágenes ilustrativas de los materiales visuales de la Red de Salud San Román difundidos en Facebook en el año 2020 como

regulares, debido a la escasa cantidad de ilustraciones utilizadas que represente el texto anexado en los diseños.

Tabla 37.

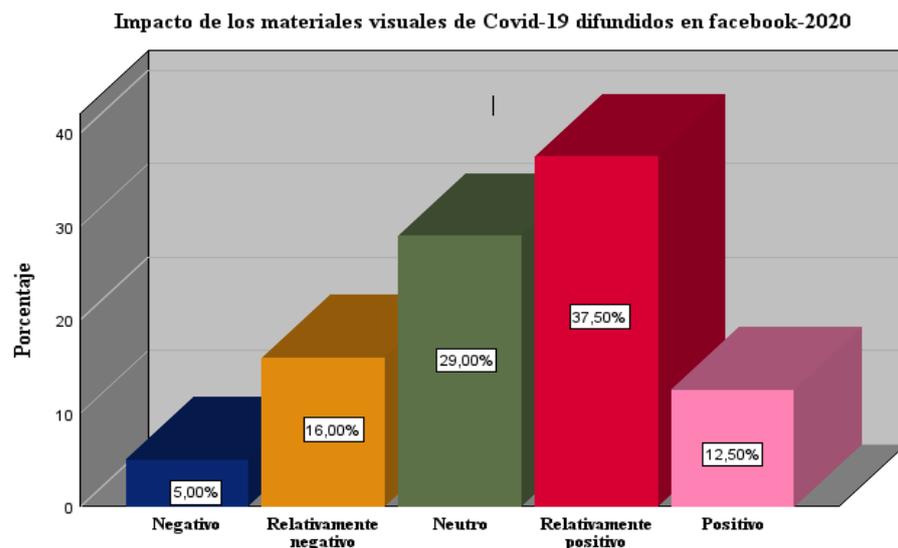
Impacto de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR en ciudadanos juliaqueños.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Negativo	10	5%
Relativamente negativo	32	16%
Neutro	58	29%
Relativamente positivo	75	37,5%
Positivo	25	12,5%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 36.

Impacto de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR en ciudadanos juliaqueños.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. De acuerdo a la tabla 37 y figura 36, el 5% de los ciudadanos juliaqueños encuestados mencionaron que los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la Red de Salud San Román del año 2020 impactaron de forma negativa en su persona, el 16% indicó que impacto relativamente negativo, el 29% refirió que impacto de forma neutra, el 37,5% señaló que impacto relativamente positivo y el 12,5% resalto que impacto de manera positiva.

“Los materiales visuales son aquellos que expresa mensajes a través de imágenes, incluido el que se combina con la palabra escrita y con objetos reales existentes en la localidad” (Organización Panamericana de la Salud, 1984, p. 13).

Entonces, el 37,5% de los pobladores juliaqueños encuestados refirieron que los materiales visuales de la página de Facebook de la Red de Salud San Román difundidos en el año 2020 impactaron relativamente positiva en su persona, a raíz del fácil entendimiento de los temas abordados.

Tabla 38.

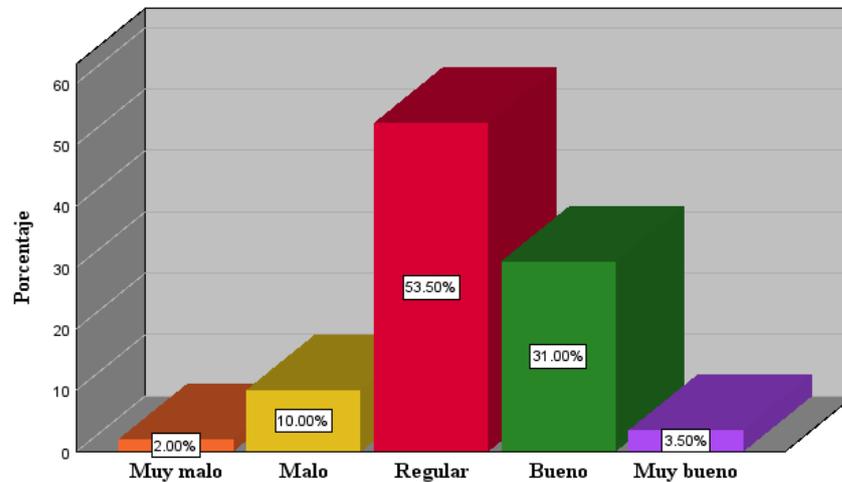
Cambio de actitud sobre el cuidado que se debe tener para prevenir el Coronavirus.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	4	2%
Malo	20	10%
Regular	107	53,5%
Bueno	62	31%
Muy bueno	7	3,5%
Total	200	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 37.

Cambio de actitud sobre el cuidado que se debe tener para prevenir el Covid19.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. De acuerdo a la tabla 38 y figura 37, el 2% de los ciudadanos juliaqueños encuestados mencionaron que los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román del año 2020 no lograron que cambien de actitud (muy malo) con referencia al cuidado que se debe tener para prevenir el coronavirus, el 10% calificaron como malo el cambio de su actitud, el 53,5% calificó como “regular” su cambio de actitud frente al Covid-19, el 31% calificó como “bueno” y el 3,5% calificó como “muy bueno” su cambio de actitud.

En tanto, el 53,5% de los pobladores juliaqueños encuestados calificaron como regular su cambio de actitud para prevenir el contagio de coronavirus al ver los materiales audiovisuales Covid-19 de la Red de Salud San Román difundidos en el año 2020, cuando el coronavirus se expandía por territorio peruano.

Tabla 39.

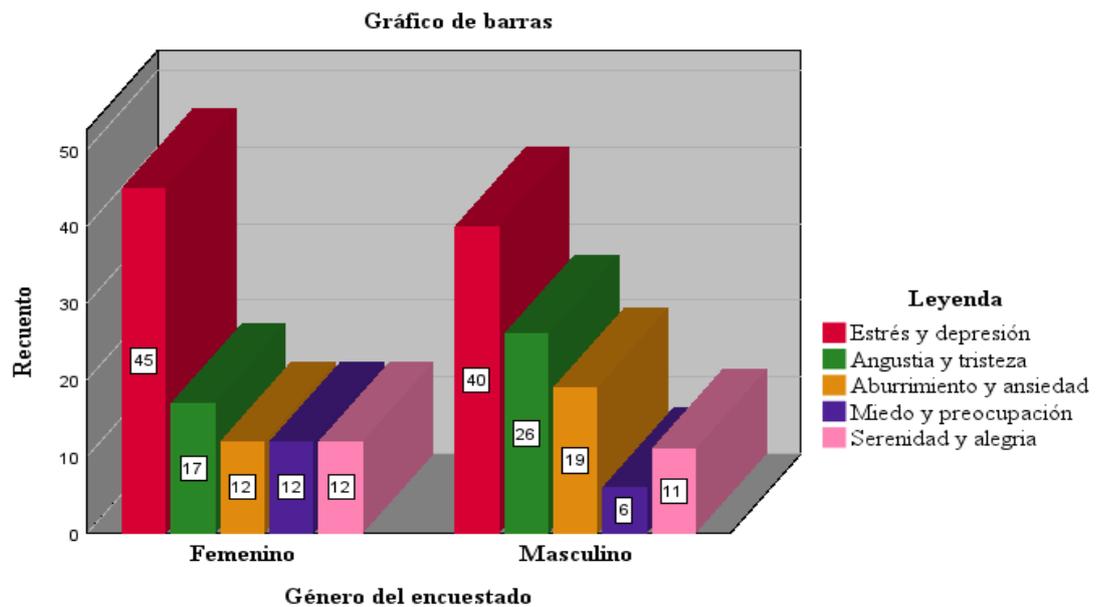
Tabla cruzada género del encuestado más emociones – Covid-19.

Género del encuestado		Estrés y depresión	Angustia y tristeza	Aburrimiento y ansiedad	Miedo y preocupación	Serenidad y alegría	Total
Femenino	Recuento	45	17	12	12	12	98
	% Género	45.9%	17.3%	12.2%	12.2%	12.2%	100%
Masculino	Recuento	40	26	19	6	11	102
	% Género	39.2%	25.5%	18.6%	5.9%	10.8%	100%
Recuento		85	43	31	18	23	200
Total	%	42.5%	21.5%	15.5%	9.0%	11.5%	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 38.

Figura cruzada género del encuestado más emociones – Covid-19.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. En la tabla 39 y figura 38, se muestra que el 45.9% de mujeres juliaqueñas encuestadas padecieron de estrés y depresión durante el año 2020 a causa de las restricciones

del Estado peruano por la propagación de la Covid-19, el 39.2% de los varones sintieron las mismas emociones. El 17.3% de mujeres encuestadas sintieron angustia y tristeza en el año 2020 a causa del coronavirus, mientras que, el 25.5% de varones padecieron de las mismas emociones. El 12.2% de mujeres juliaqueñas encuestadas sintieron aburrimiento y ansiedad a causa de las restricciones del estado peruano durante el año 2020, el 18.6% de varones padecieron de las mismas emociones. El 12.2% de mujeres juliaqueñas encuestadas padecieron de miedo y preocupación durante el año 2020 por la Covid-19, el 5.9% de varones sintieron las mismas emociones. El 12.2% de mujeres juliaqueñas encuestadas sintieron las emociones de serenidad y alegría durante la proliferación del coronavirus en el año 2020, en el caso de los varones el 10.8% padeció de las mismas emociones.

En tanto, el 45.9% de mujeres juliaqueñas encuestadas sintieron estrés y depresión durante el año 2020 a causa de las restricciones del Estado peruano por la propagación de la Covid-19 y el 39.2% de los varones padecieron de las mismas emociones. Existiendo una diferencia del 5.7% entre las mujeres y varones que sintieron las mismas emociones durante el año 2020 a causa del coronavirus.

Tabla 40.

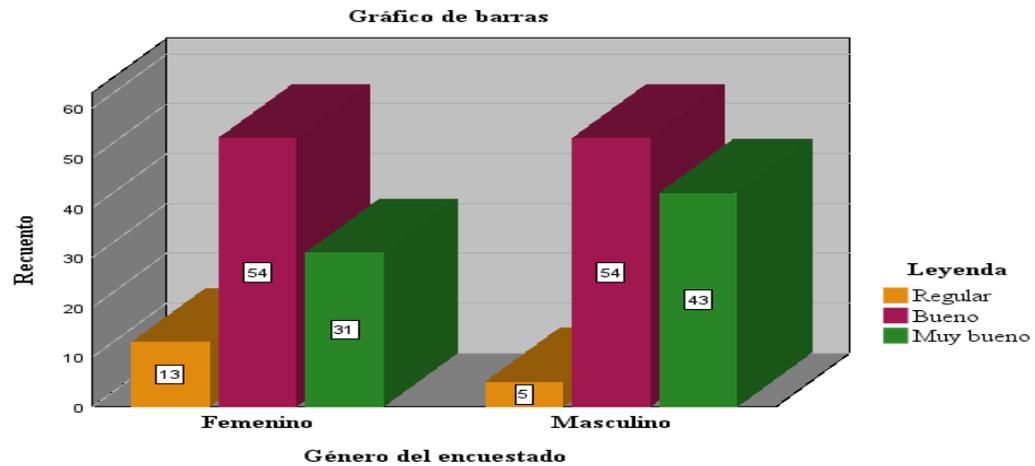
Tabla cruzada del género del encuestado más el conocimiento de las restricciones del Estado peruano.

Género del encuestado		Regular	Bueno	Muy bueno	Total
Femenino	Recuento	13	54	31	98
	% mujeres	13.3%	55.1%	31.6%	100%
Masculino	Recuento	5	54	43	102
	% varones	4.9%	52.9%	42.2%	100%
Total	Recuento	18	108	74	200
	% ambos	9.0%	54.0%	37.0%	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 39.

Gráfico cruzado del género de los encuestados más conocimiento de las restricciones impuestas por el Estado peruano – Covid-19.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. En la tabla 40 y figura 39, se observa que, el 13.3% de mujeres juliaqueñas encuestadas conocían “regularmente” las restricciones impuestas por el Estado peruano a causa de la propagación de la Covid-19 - 2020, de igual manera conocían el 4.9% de varones. El 55.1% de mujeres juliaqueñas encuestadas conocían bien las restricciones, en el caso de los varones el 52.9% respondió lo mismo. El 31.6% de mujeres juliaqueñas encuestadas conocían “muy bien” las restricciones impuestas y los varones el 42.2% también conocían “muy bien” las restricciones.

En tanto, el 55.1% de mujeres juliaqueñas encuestadas conocían “bien” las restricciones impuestas por el Estado peruano a causa de la propagación de la Covid-19 en territorio nacional durante el año 2020, en el caso de los varones el 52.9% respondió lo mismo. Existe una diferencia del 2.2% entre las mujeres que conocían “bien” las restricciones y los varones. El total de ambos géneros, el 54% de los encuestados conocían “bien” las restricciones.

Tabla 41.

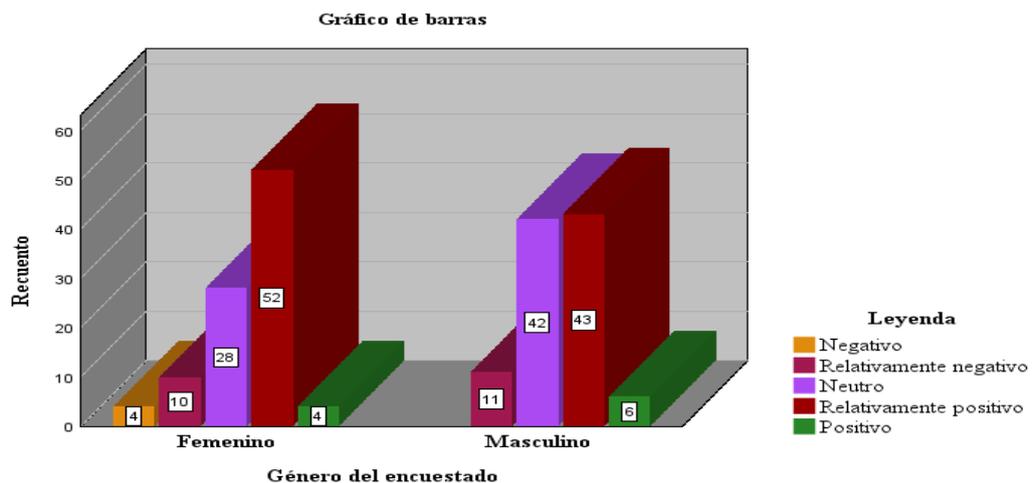
Tabla cruzada del género del encuestado más impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19.

Género del encuestado		Negativo	Relativamente		Positivo	Total	
			negativo	Neutro			positivo
Femenino	Recuento	4	10	28	52	4	98
	% mujeres	4.1%	10.2%	28.6%	53.1%	4.1%	100%
Masculino	Recuento	0	11	42	43	6	102
	% varones	0.0%	10.8%	41.2%	42.2%	5.9%	100%
Total	Recuento	4	21	70	95	10	200
	% ambos	2.0%	10.5%	35.0%	47.5%	5.0%	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Figura 40.

Gráfico cruzado del género del encuestado más impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

Nota: el total de la muestra elegida por la investigadora es de 200 pobladores juliaqueños entre mujeres - varones y está representa el 100%. En la tabla 41 y figura 40, se observa que el 4.1% de mujeres juliaqueñas encuestadas mencionó que los materiales audiovisuales de Covid-19 difundidos en el año 2020 impactaban de manera negativa en su persona, en el caso de los varones ni uno indicó lo mismo. El 10.2% de mujeres afirmaron que los productos audiovisuales de coronavirus impactaron “relativamente negativo” en su persona, en el caso de

los varones el 10.8% refirió lo mismo. El 28.6% de mujeres mencionaron que los materiales audiovisuales impactaron de manera “neutra” en su persona en el año 2020, el 41.2% de los varones indicaron lo mismo. El 53.1% de las mujeres refirieron que los materiales audiovisuales impactaron “relativamente positivo” en su persona durante el año 2020, en el 42.2% de varones también impacto de la misma manera. El 4.1% de mujeres juliaqueñas encuestadas afirmaron que los materiales audiovisuales de Covid-19 impactaron de manera “positiva” en su persona, en cuanto a los varones el 5.9% afirmaron lo mismo.

En tanto, el 53.1% de las mujeres juliaqueñas encuestadas afirmaron que los materiales audiovisuales de Covid-19 difundidos a través de medios tradicionales (tv) y redes sociales de la Red de Salud San Román impactaron “relativamente positivo” en su persona durante el año 2020, en el 42.2% de varones también impacto” relativamente positivo” durante ese mismo periodo. Existiendo una diferencia del 10.9% entre mujeres que indican que el impacto fue “relativamente positivo” en su persona y varones que hicieron la misma afirmación. En total el 47.5% de ambos géneros afirmaron que existió un impacto de “relativamente positivo”.

4.2 CONTRASTACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

4.2.1 Prueba de normalidad

La investigación contará con la validación de hipótesis, general y específicos, donde p valor (valor de probabilidad) contrasta la hipótesis, es decir, cuantifica la solidez de la evidencia en contra de la H_0 (hipótesis nula) y a favor de la H_a (hipótesis alternativa) o simplemente acepta o rechaza la H_0 .

“El valor p o nivel de significancia observado de una prueba estadística es el valor más pequeño de “ α ” para el cual H_0 se puede rechazar. Es el riesgo real

de cometer un error tipo I, si H_0 es rechazada con base en el valor observado del estadístico de prueba. El valor p mide la fuerza de la evidencia contra H_0 ” (Mendenhall et al., p. 351).

Se debe mencionar que, la prueba de normalidad cuenta con dos formas: 1) Kolmogorov - Smimov, el cual se aplica cuando la muestra de la investigación es mayor a 50 participantes. 2) Shapiro – Wilk se utiliza cuando la muestra es menor a 50 ciudadanos. Debido a que la investigación cuenta con 200 encuestados se ejecutará para el estudio la prueba de Kolmogorov- Smimov.

Tabla 42.

Prueba de normalidad del impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román – 2020.

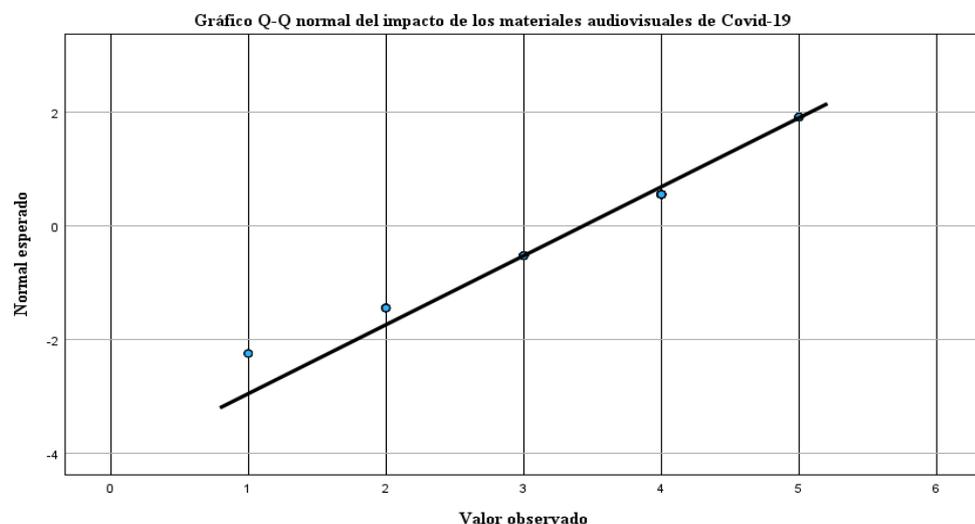
	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Impacto de los audiovisuales	,281	200	<.001	,846	200	<.001

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: elaborado propia con el programa SPSS.

Figura 41.

Prueba de normalidad del impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román – 2020.



El resultado de la prueba de p_valor dio como significancia menor a 0.05, por ende, se rechaza la hipótesis nula, y se asume que la población tiene una distribución normal. Por lo que se realizará una prueba paramétrica de tipo “T” de Student para datos no relacionados (muestras independientes).

Tabla 43.

Prueba de normalidad del impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 difundidos en TV en los ciudadanos juliaqueños - 2020.

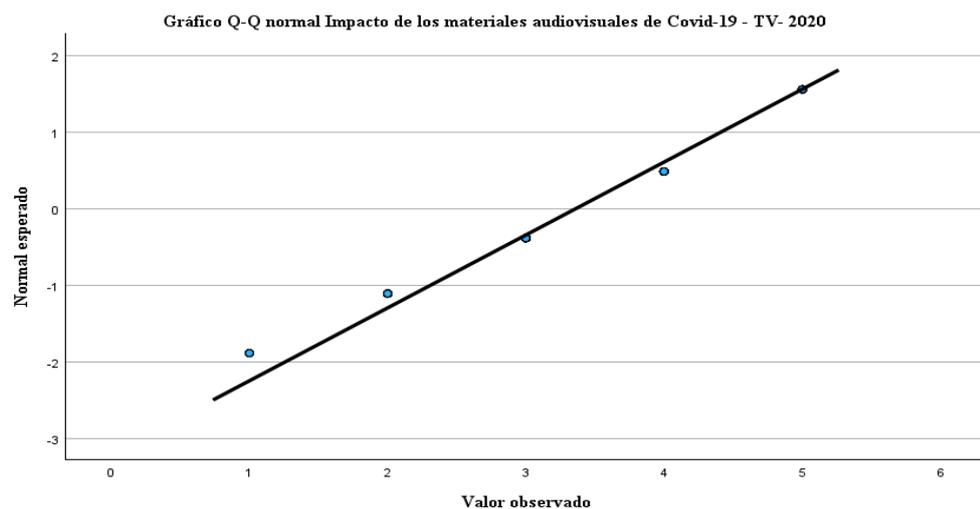
	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Impacto videos Covid19 TV-2020	,239	200	<.001	,895	200	<.001

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaborado propia con el programa SPSS.

Figura 42.

Prueba de normalidad del impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 difundidos en TV en los ciudadanos juliaqueños - 2020.



Fuente: elaborado propia con el programa SPSS.

El resultado de la prueba de p_valor en los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román difundidos a través de los medios de

comunicación (TV) en el año 2020 dio como significancia menor a 0.05, por ende, se asume que la población tiene una distribución normal. Por lo que se realizará una prueba paramétrica de tipo “T” de Student para datos no relacionados (muestras independientes).

Tabla 44.

Prueba de normalidad sobre el impacto de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR en los ciudadanos juliaqueños - 2020.

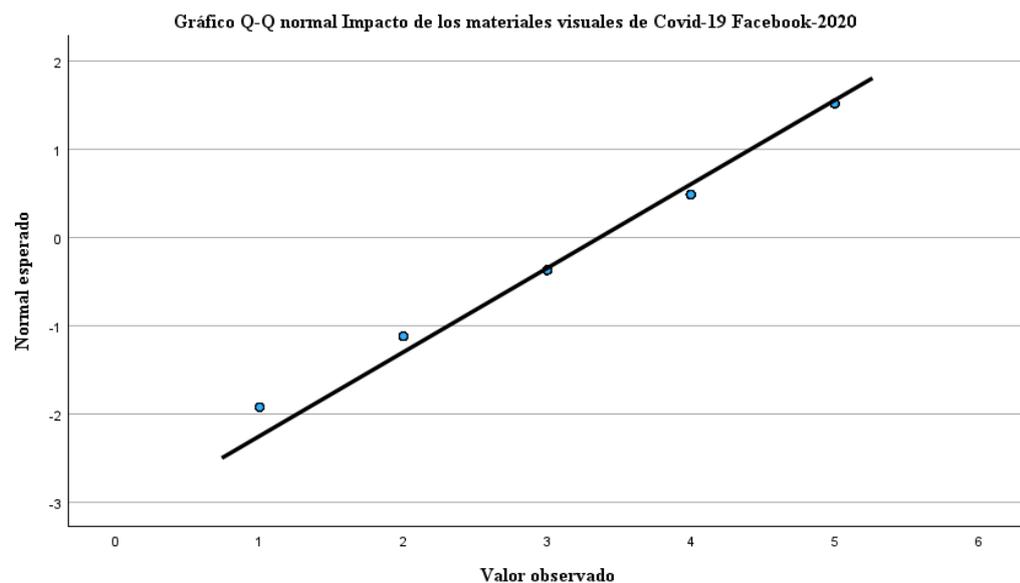
	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Impacto de los materiales visuales de Covid-19 Facebook – 2020.	,227	200	<.001	,900	200	<.001

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: elaboración propia con el programa SPSS.

Figura 43.

Prueba de normalidad sobre el impacto de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR en ciudadanos juliaqueños.



Fuente: Elaborado propia con el programa SPSS.

El resultado de la prueba de p_valor de los materiales visuales de Covid-19 difundidos a través de la página de Facebook de la Red de Salud San Román



en el año 2020 dio como significancia menor a 0.05, Por ende, se asume que la población tiene una distribución normal. Por lo que se realizará una prueba paramétrica de tipo “T” de Student para datos no relacionados (muestras independientes).

4.2.2 Validación de hipótesis

La validación de hipótesis para Muñoz (2011) “Se trata de establecer una explicación anticipada y provisional respecto al problema planteado, para probarla por medio de una investigación. Específicamente, se refiere al planteamiento concreto a resolver, la premisa que se quiere llegar a demostrar” (p. 116).

“Se formulan hipótesis cuando en la investigación se quiere probar una suposición y no sólo mostrar los rasgos característicos de una determinada situación. Es decir, se formulan hipótesis en las investigaciones que buscan probar el impacto que tienen algunas variables entre sí, o el efecto de un rasgo o una variable en relación con otro (a). Básicamente son estudios que muestran la relación causa/efecto”, (Bernal, 2010, p. 136).

Para la validación de las hipótesis del estudio se utiliza una prueba paramétrica de tipo T de Student para datos no relacionados (muestras independientes), este tipo de prueba “se utiliza para una sola muestra cuando se tiene una sola población de interés y para calcular la significación de las diferencias obtenidas por una muestra de sujetos” (Guillen y et al, 2019, p. 18).

Hipótesis general

- **Ho-Hipótesis Nula.** El impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román no es relativamente positiva para prevenir el virus en los ciudadanos del distrito de Juliaca 2020.

- **Ha-Hipótesis Alterna.** El impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román es relativamente positiva para prevenir el virus en los ciudadanos del distrito de Juliaca 2020.

Determinamos el nivel de significancia $\alpha = 0.05$

Tabla 45.

Prueba T Student para una muestra sobre el impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 en ciudadanos juliaqueños - 2020.

Prueba "T" para una muestra							
Valor de prueba = 47							
						95% de intervalo de confianza de la diferencia	
						Inferior	Superior
						Significación	
						P de un factor	P de dos factores
						Diferencia de medias	
t	gl	P de un factor	P de dos factores	Diferencia de medias	Inferior	Superior	
Cómo impacto los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román en su persona.	-748,049	199	<.001	<.001	-43,570	-43,68	-43,46

Fuente: elaborado propia con el programa SPSS.

Según el resultado de la prueba T Student el estadístico alcanzó un valor de -748,049 y un p_valor de <.001 menor a 0.05 por lo que se rechaza la Ho - hipótesis nula con un nivel de significancia del 0.05 y se concluye que el impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román es relativamente positiva para prevenir el virus en los ciudadanos de 25 – 49 años del distrito de Juliaca 2020.

Hipótesis específica 1

- **Ho-Hipótesis Nula.** El impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román difundidos en TV no es relativamente positiva para prevenir el virus en los ciudadanos del distrito de Juliaca 2020.

- Ha-Hipótesis Alternativa. El impacto de los materiales audiovisuales de covid-19 de la Red de Salud San Román difundidos en TV es relativamente positiva para prevenir el virus en los ciudadanos del distrito de Juliaca 2020.

Determinamos el nivel de significancia $\alpha = 0.05$

Tabla 46.

Prueba T Student para una muestra sobre el impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 difundidos en TV de la RSSR en ciudadanos.

Prueba "T" para una muestra							
Valor de prueba = 39							
Significación						95% de intervalo de confianza de la diferencia	
	T	Gl	P de un factor	P de dos factores	Diferencia de medias	Inferior	Superior
Impacto de los videos de Covid-19, TV	479,280	199	<.001	<.001	-35,640	-35,79	-35,49

Fuente: elaboración propia con SPSS 24.

Según el resultado de la prueba T Student el estadístico alcanzó un valor de -479,280 y un p_valor de <.001 menor a 0.05 por lo que se rechaza la Ho - hipótesis nula con un nivel de significancia del 0.05 y se concluye que el impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 difundidos en TV de la Red de Salud San Román es relativamente positiva para prevenir el virus en los ciudadanos de 25 – 49 años del distrito de Juliaca - 2020.

Hipótesis específica 2

- **Ho-Hipótesis Nula.** El impacto de los materiales visuales de covid-19 difundidos en Facebook de la Red de Salud San Román no es relativamente positiva para prevenir el virus en los ciudadanos del distrito de Juliaca 2020.
- **Ha-Hipótesis Alterna.** El impacto de los materiales visuales de covid-19 difundidos en Facebook de la Red de Salud San Román es relativamente positiva para prevenir el virus en los ciudadanos del distrito de Juliaca 2020.

Determinamos el nivel de significancia $\alpha = 0.05$

Tabla 47.

Prueba T Student para una muestra sobre el impacto de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la RSSR en ciudadanos juliaqueños.

Prueba "T" para una muestra							
Valor de prueba = 37							
Significación						95% de intervalo de confianza de la diferencia	
		P de un factor		P de dos factores		Diferencia de medias	
T	G1					Inferior	Superior
Impacto de los materiales visuales Covid-19 Facebook	-452,034	199	<.001	<.001	-33,635	-33,78	-33,49

Fuente: Elaborado propia con el programa SPSS.

Según el resultado de la prueba T Student el estadístico alcanzó un valor de -452,034 y un p_valor de <.001 menor a 0.05 por lo que se rechaza la Ho - hipótesis nula con un nivel de significancia del 0.05 y se concluye que el impacto de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la Red de Salud San Román es relativamente positiva para prevenir el virus en los ciudadanos del distrito de Juliaca - 2020.



4.3 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Según la investigación y el resultado de la prueba T Student el estadístico alcanzó un valor de -748,049 y un p_valor de $<.001$ menor a 0.05 por lo que se rechaza la H_0 - hipótesis nula con un nivel de significancia del 0.05 y se concluye que el impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román es “relativamente positivo” para prevenir el Covid-19 en los ciudadanos de 25 – 49 años del distrito de Juliaca 2020. De esa manera, el 47,5% de los ciudadanos juliaqueños encuestados representado por 95 pobladores mencionaron que los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román impactaron de manera “relativamente positivo” en su persona. Por tanto, al comparar la investigación de López (2018) titulada Análisis de la comunicación audiovisual y su influencia en el perfil profesional de los estudiantes del quinto semestre sección nocturna en la facultad de comunicación social de la universidad de guayaquil, 2017, llegó a la conclusión, identificaron la influencia de la comunicación audiovisual en los estudiantes y encontraron algunas debilidades, concretamente que no hay mucho conocimiento sobre los elementos audiovisuales para saber utilizarlos, lo que preocupa a algunos, debido a las exigencias actuales de los empleadores cuando tienen que elegir el perfil adecuado para su puesto de trabajo.

El resultado de la prueba T Student el estadístico alcanzó un valor de -479,280 y un p_valor de $<.001$ menor a 0.05 por lo que se rechaza la H_0 - hipótesis nula con un nivel de significancia del 0.05 y se concluye que el impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 difundidos en TV de la Red de Salud San Román es relativamente positivo para prevenir el virus en los ciudadanos de 25 – 49 años del distrito de Juliaca. De esa manera, el 39,5% de los ciudadanos juliaqueños representado por 79 pobladores encuestados mencionaron que los materiales



audiovisuales de Covid-19 difundidos en TV en el año 2020 impactaron de manera relativamente positivo en su persona. Por tanto, al comparar la investigación de Aizpuru (2016) El audiovisual como herramienta de cambio social de jóvenes en situación de exclusión en Guatemala (2004-2014) concluyó en que, existe una necesidad creciente de involucrar a una gran gama de personas en la vida política - especialmente a los jóvenes, futuros creadores y héroes- e internalizar enfoques integrados democráticos y participativos con la ayuda de la educación, si bien es una idea utópica creer que los talleres audiovisuales cambiarán el futuro del país, el desarrollo de la conciencia de la realidad en los jóvenes y la capacidad de realizar pequeños cambios en su entorno inmediato es un paso que vale la pena seguir, también se concluyó que, el producto (video) debe satisfacer y atraer la atención del espectador, pero el proceso de participación en el video debe verse como un medio y no como un fin, donde el empoderamiento progresivo es más importante que el resultado.

El resultado de la prueba T Student el estadístico alcanzó un valor de -452,034 y un p_valor de <.001 menor a 0.05 por lo que se rechaza la H_0 - hipótesis nula con un nivel de significancia del 0.05 y se concluye que el impacto de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook en el año 2020 de la Red de Salud San Román es relativamente positiva para prevenir el virus en los ciudadanos de 25 – 49 años del distrito de Juliaca. De esa manera, el 37,5% de los pobladores juliaqueños encuestados representado por 75 ciudadanos refirieron que los materiales visuales de la página de Facebook de la Red de Salud San Román difundidos en el año 2020 impactaron relativamente positiva en su persona. Por tanto, al comparar la investigación de Lecaros (2014) titulada Material educativo audiovisual y su influencia en el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes de periodismo en el curso de opinión pública: Universidad Jaime Bausate y meza,



concluyó en que, dentro de la problemática de la formación profesional en la Universidad la aplicación de los materiales educativos en enseñanza-aprendizaje, los resultados del análisis valorativo de la aplicación de los materiales educativos audiovisuales influye significativamente en la eficiencia en el proceso de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes de periodismo en el curso de Opinión Pública de la Universidad Jaime Bausate y Meza (UJBM), con un grado significativamente alto de efecto de 0.762 (C de consistencia).

Es preciso mencionar que, el Estado peruano durante la propagación de la Covid-19 en territorio nacional aprobó una serie de medidas para evitar el contagio del virus mortal entre ciudadanos como: el Decreto Supremo 010-2020-SA que aprueba el plan de acción y la relación de bienes y servicios requeridos para enfrentar la emergencia sanitaria, el Decreto Supremo 156-2020-PCM que limita al ejercicio del derecho a la libertad de tránsito de las personas, el Decreto Supremo 057-2020-PCM que establece que el uso de mascarilla es obligatorio para circular por las vías de uso público, el Decreto Supremo 094-2020-PCM que indica que el distanciamiento social no debe ser menor de un (1) metro, el Decreto Supremo 094-2020-PCM dispone la inmovilización social obligatoria de todas las personas desde las 21.00 horas hasta las 04.00 horas del día siguiente, el Decreto Legislativo 1458 donde se aprobó las infracciones para los ciudadanos que incumplieran las restricciones impuestas por el Estado peruano, a raíz de ello, la aprobación del Decreto Supremo 349-2020-EF que aprueba la emisión de bonos las cuales son: El bono urbano “yo me quedo en casa” de 380 soles, el bono para los trabajadores independientes de 760 soles, el bono a favor de los hogares en condición de pobreza o pobreza extrema en el ámbito rural de 760 soles y el Bono Universal: por el monto de 760 soles.



Sin embargo, de poco sirvió la aprobación de estas restricciones por el Estado peruano, ello se visualiza en la estadística de la Red de Salud San Román de la Unidad de Epidemiología y Salud Ambiental, quienes hallaron que 488 ciudadanos juliaqueños fallecieron a causa de la Covid-19 y 16,053 pobladores de la misma localidad se infectaron con el virus mortal durante todo el año 2020; sucede lo contrario en el año 2021, se redujo abismalmente los contagiados, con 7,540 portadores del coronavirus, pese a que en ese año se levantó la mayoría de las restricciones impuestas por el Estado peruano.

Se puede resaltar que, el 51% de los ciudadanos juliaqueños encuestados respetaron las restricciones del Estado peruano por miedo a la Covid-19, mientras que, el 28,5% lo respeto por miedo a las multas. Es así que, el 79,5% de los ciudadanos juliaqueños encuestados utilizaron los barbijos – mascarillas siempre (muy bueno) y casi siempre (bueno) durante el año 2020. En el caso del distanciamiento social de 1 metro, el 45,5% de pobladores lo respetaron entre bien y muy bien durante el año 2020. El confinamiento o toque de queda lo respetó el 53% de ciudadanos entre bien y muy bien. El 88,5% de los ciudadanos realizaba adecuadamente la desinfección de las frutas y verduras en el año 2020 (bueno y muy bueno). El lavado de manos lo efectuaban de 7 a 8 veces al día el 53,5% de los habitantes juliaqueños encuestados; mientras que, el 20,5% se lavaba las manos de 9 veces a más durante el día en el año 2020. Por otra parte, el 69% de los ciudadanos encuestados no puso en práctica la desinfección de zapatos – manijas de puerta durante la pandemia, “la probabilidad de que el virus de la Covid-19 se propague mediante los zapatos es muy baja” (OMS, 2020). Es decir, la mayoría de los pobladores hicieron una práctica adecuada de la utilización de los barbijos, lavado de manos, desinfección de frutas y verduras, respeto al distanciamiento social de 1 metro y al toque de queda.



Entonces, a raíz del acatamiento de las restricciones del Estado peruano durante el año 2020 y la difusión de los materiales audiovisuales de coronavirus a través de los medios de comunicación y redes sociales el 48,5% de los pobladores juliaqueños encuestados no se contagiaron con el virus mortal denominado “Covid-19” durante el año 2020. Mientras que, el 34,5% de los ciudadanos juliaqueños encuestados cambiaron su actitud (muy bueno y bueno) para prevenir el coronavirus.

Finalmente, los ciudadanos juliaqueños encuestados brindaron calificaciones a los materiales audiovisuales de Covid-19 difundidos en TV de la Red de Salud San Román como “regulares” en relación a los diferentes aspectos: como los temas con el 58,5%, el mensaje con el 56%, el sonido con el 53%, la calidad de las imágenes con el 48,5% y el lenguaje utilizado por el locutor con el 50%. En conclusión, la mayoría de los pobladores juliaqueños encuestados coincidieron en calificar como “regulares” los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román difundidos en TV en el año 2020, a causa de la escasa información de primera mano, la falta de investigación del virus mortal por especialistas de salud del Perú, la insuficiencia de imágenes explícitas de los contagiados y la falta del manejo del lenguaje nativo (quechua y aimara) por los especialistas en comunicaciones.



V. CONCLUSIONES

PRIMERA: el impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román en ciudadanos del distrito de Juliaca-2020 es relativamente positivo, a causa de la divulgación de los productos audiovisuales en medios tradicionales (TV) y redes sociales (Facebook).

SEGUNDA: el impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román difundidos en TV es “relativamente positivo”, en ciudadanos del distrito de Juliaca 2020, a raíz de la divulgación en medios de comunicación locales como: los spots educativos, casos de ciudadanos contagiados con la Covid-19 y entrevistas. Cabe resaltar que también se utilizó los productos audiovisuales del Ministerio de Salud del Perú para reforzar el conocimiento sobre cómo prevenir el coronavirus.

TERCERA: el impacto de los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la Red de Salud San Román en ciudadanos del distrito de Juliaca-2020 es “relativamente positivo”, por el diseño de afiches digitales, fotografías, dípticos digitales y folletos digitales que, explican sobre los cuidados que se debe tener para prevenir el coronavirus. Cabe resaltar que también se utilizó los productos visuales del Ministerio de Salud del Perú para reforzar el conocimiento sobre cómo prevenir el coronavirus.

CUARTA: sobre las restricciones impuestas por el Estado peruano en el año 2020 a raíz de la propagación de la Covid-19 y la difusión de los materiales audiovisuales de coronavirus de la Red de Salud San Román con apoyo del Ministerio de Salud del Perú durante el mismo periodo, se llegó a la conclusión de que, la mayoría de los ciudadanos juliaqueños encuestados



respetaron las medidas preventivas por miedo a contagiarse con el coronavirus y las multas impuestas para las personas que no cumplan con las restricciones. Por ende, la mayoría de los ciudadanos encuestados hicieron una práctica adecuada de la utilización de los barbijos, lavado de manos, desinfección de frutas y verduras, respeto al distanciamiento social de 1 metro y al toque de queda.

QUINTA: los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román difundidos en medios tradicionales (TV) durante el año 2020 fueron los que causaron mayor impacto en los ciudadanos juliaqueños encuestados con el 39,5% del total de la muestra (200 pobladores). Mientras que, los materiales visuales difundidos en Facebook impactaron de manera “relativamente positiva en el 37,5% de pobladores. Asimismo, el 48% de los pobladores encuestados no se contagiaron con la Covid-19 durante el año 2020, porque respetaron las restricciones del Estado peruano y doblaron esfuerzos en el cuidado de su salud.

SEXTA: los ciudadanos juliaqueños encuestados calificaron como “regulares” los materiales visuales de Covid-19 difundidos en Facebook de la Red de Salud San Román en relación al lenguaje escrito con el 41%, el tamaño de las letras el 36.5%, la claridad del mensaje el 50%, y el contenido con el 48%. De igual forma calificaron a los materiales audiovisuales difundidos en TV, en relación al lenguaje utilizado por el locutor con el 50%, la claridad del mensaje con el 56%, el sonido con el 53% y los temas abordados con el 58.5%, la calificación de “regular” otorgada por la mayoría de los pobladores se debe a la información básica brindada a través de estos medios comunicacionales, a la falta de pluralidad de idiomas, la escasa producción



de materiales audiovisuales de Covid-19, la mala combinación de los colores en los materiales visuales, los mensajes subliminales, los sonidos no adecuados para el tema y la escases de imágenes realistas - explícitas de los hospitales y postas de salud.

SÉPTIMA: durante la propagación de la pandemia en el año 2020 el 42,5% de los ciudadanos juliaqueños encuestados experimentaron las emociones de estrés y depresión, debido al incremento de casos positivos de Covid-19, muertes prematuras a causa del virus mortal y la falta de producción de materiales audiovisuales en relación a la salud mental de los pobladores.



VI. RECOMENDACIONES

PRIMERA: A la Red de Salud Román, brindar capacitaciones a los especialistas de comunicación sobre los temas de salud, virus, enfermedades, materiales audiovisuales digitales, manejo adecuado de las redes sociales. Asimismo, se le recomienda que, contraten más especialistas en ciencias de la comunicación social, para la mejora del desenvolvimiento de los profesionales.

SEGUNDA: A la Universidad Nacional del Altiplano-Puno, debe de realizar convenio con la Red de Salud San Román para facilitar la información requerida por los investigadores y así cooperar en el desarrollo social de la región y el Perú.

TERCERA: A la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, debe de instar a la realización de convenios de cooperación institucional con la Red de Salud Román para salvaguardar la vida-salud y puedan brindarles los beneficios de ley a los estudiantes de comunicación que deseen realizar sus prácticas preprofesionales en la oficina de comunicaciones de dicha institución.

CUARTA: A la Oficina de comunicaciones de la Red de Salud San Román, recomiendo la realización de materiales audiovisuales con temáticas sobre la salud mental de los ciudadanos y recomendaciones sobre el control y la regulación de las emociones durante una pandemia.

QUINTA: A los ciudadanos y ciudadanas del distrito de Juliaca, deben de corroborar la información transmitida a través de las redes sociales (Facebook), seguir cuentas oficiales, e informarse adecuadamente.



VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Apaza Quispe, H. D. (2016). *Temas históricos de Juliaca*. San Román.
- Bernárdez, M., y Rinaldi, L. (2013). *Enfoques desde la producción audiovisual*. Equipo del centro de comunicación la crujía.
- Bernal Torres C. A. (2010). *Metodología de la investigación*. Pearson Educación de Colombia Ltda.
- Carpio Valdez, S. (2015). *Arte y gestión de la producción audiovisual*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas-UPC.
- Gomez Bastar, S. (2012). *Metodología de la investigación*. Red Tercer Milenio.
- Gustavo, R. Henríquez Fuentes. (2017). Un Recorrido Por El Neo Institucionalismo y Sus Autores Destacados. In *Revista Científica "Visión de Futuro"* (Vol. 21, Issue 2).
- Hernández Sampieri, C. R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (1997). *Metodología de la investigación*. McGRAW - Hill Interamericana de México, S.A. de C.V.
- Hernández Sampieri, C. R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGRAW - Hill Interamericana de México, S.A. de C.V.
- Ros Diego, V., Campos, E., Castelló Martines, A., y Salas Nestares, I. (2012). *Ebranding verde y redes sociales*. Madrid Dykinsson S.L.
- Red de Salud San Román. (2022). *Casos Covid-19 por lugar de captación distritos Red de Salud San Román 2020-2022*. Unidad de Epidemiología y Salud Ambiental.



- Silvestre Miraya, I. y Huamán Nahula, C. (2019). *Pasos para elaborar la investigación y la redacción de la tesis universitaria*. Lima, San Marcos.
- San Marcos. (2007). *Compendio de lenguaje (1ra ed.)*. San Marcos
- National Institute of Mental Health (U.S.), Surgeon General's Scientific Advisory Committee on Television and Social Behavior y Public Health Service. Office of the Surgeon General. (1972). *el Informe sobre Televisión y Desarrollo: El Impacto de la Violencia Televisada*.
- West R. y Turner L. (2004). *Teorías de la comunicación. Análisis y aplicación*. Editorial McGraw Hill
- Albarracín, D., Johnson, B. T., y Zanna, M. P. (ed.). (s.f.). *Manual de Actitudes*: <https://psicologiaexperimental.files.wordpress.com/2010/03/albarracin-traduccion.pdf>
- Aledo, A. y Aznar Crespo, P. (2021). “Evaluación de impacto social: Una propuesta metodológica orientada a la gestión proactiva de proyectos”. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 16(2): 245-262. <https://doi.org/10.14198/OBETS2021.16.2.02>
- Aizpuru Ayerbe, M. (2016). *El audiovisual como herramienta de cambio social en Guatemala. Estudio de caso: INCREA*. In *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación* (Vol. 3, Issue 5). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=126178>
- Alonso F., Esteban C., Calatayud C., Alamar B. y Egidio A. (2006). *Emociones y conducción. teoría y fundamentos*. Instituto Universitario de Tráfico y Seguridad Vial (INTRAS).



[https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/50961/Libro%2009%20EMOCION
ES%20Documental.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/50961/Libro%2009%20EMOCION%20Documental.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Babativa Novoa, C. A. (2017). *Investigación cuantitativa* (1ra ed.).

<https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/3544?show=full>

Bretones Esteban, M. T. (2008). *Funciones y efectos de los medios de comunicación de masas: los modelos de análisis*. <http://hdl.handle.net/2445/6201>

Carrasco Díaz, S. (2006). *Metodología de la Investigación Científica*.

[https://drive.google.com/file/d/1GTWMTyAZDmzE0hJbUKSxsR-
QJWsYugBV/view](https://drive.google.com/file/d/1GTWMTyAZDmzE0hJbUKSxsR-QJWsYugBV/view)

Carbal Herrera, A. E., Rosales García, C., Guevara Huertas, Y. & Ochoa Uparela, J. (2020). *Metodología para la medición de impactos sociales: una aplicación de la matemática borrosa*. *Revista Saber, Ciencia y Libertad*, 15(2), 121 – 132.

<https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2020v15n2.6724>

Definiciones ABC. (S.F.). Mensaje. *En definiciones ABC*. Recuperado el 11 de enero de 2023, de <https://www.definicionabc.com/comunicacion/mensaje.php>

Decreto supremo 010 de 2020-SA. Plan de Acción y la Relación de bienes y servicios requeridos para enfrentar la Emergencia Sanitaria. (14 de marzo de 2020).

<https://www.gob.pe/institucion/minsa/normas-legales/460469-010-2020-sa>

Decreto Supremo N°057-2020-PCM. Modifica el Artículo 3 del Decreto Supremo N°051-2020-PCM, que prorroga el Estado de Emergencia Nacional. (2 de abril de 2020).

[https://www.pj.gob.pe/wps/wcm/connect/c0591c804e69fa7088da9cb4ea4fd967/
ds057.pdf?MOD=AJPERES](https://www.pj.gob.pe/wps/wcm/connect/c0591c804e69fa7088da9cb4ea4fd967/ds057.pdf?MOD=AJPERES)



Decreto Legislativo N°1458. Decreto legislativo para sancionar el incumplimiento de las disposiciones emitidas durante la emergencia sanitaria a nivel nacional. (14 de abril de 2020). <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-legislativo-para-sancionar-el-incumplimiento-de-las-decreto-legislativo-n-1458-1865516-1/>

Decreto Supremo N°094-2020-PCM. Establece las medidas que debe observar la ciudadanía hacia una nueva convivencia social y prorroga. (23 de mayo de 2020). <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-establece-las-medidas-que-debe-observar-decreto-supremo-n-094-2020-pcm-1866708-1/>

Diccionario panhispánico del español jurídico. (2023). Toque de queda. *En Diccionario panhispánico del español jurídico*. Recuperado el 06 de enero 2023, de <https://dpej.rae.es/lema/toque-de-queda>

Definición ABC (s.f.). Población. *En definiciones ABC*. Recuperado el 10 de enero 2023, de <https://www.definicionabc.com/general/poblacion.php>

Decreto Supremo N°349-2020-EF. Aprueban emisión de bonos. (22 de noviembre de 2020). <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-emision-de-bonos-decreto-supremo-n-349-2020-ef-1905328-1/>

Decreto Supremo N°080-2020-PCM. Aprueba la reanudación de actividades económicas en forma gradual y progresiva. (02 de mayo de 2020). <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-aprueba-la-reanudacion-de-actividades-ec-decreto-supremo-n-080-2020-pcm-1865987-1/>

Definiciones.DE (s.f.). Afiche. *En definiciones.de*. Recuperado el 20 de enero de 2023, de <https://definicion.de/afiche/>



Diario el Peruano. (2021, agosto 27). El 13.9% de la población del Perú tiene como lengua materna el quechua. Diario el Peruano.

<https://elperuano.pe/noticia/127783-el-139-de-la-poblacion-del-peru-tiene-como-lengua-materna-el-quechua#:~:text=De%20esa%20cifra%2C%203%20millones,alguna%20lengua%20de%20la%20Amazon%C3%ADa.>

Defensoría del Pueblo. (2022). *Boletín sobre la cobertura de agua potable Región Puno.*

<https://www.defensoria.gob.pe/wp-content/uploads/2022/03/006-BOLETIN-sobre-cobertura-de-agua-potable-Regi%C3%B3n-PUNO.pdf>

EPS SEDA JULIACA S.A. (2022). *Plan maestro optimizado 2022 – 2051.*

<https://www.sunass.gob.pe/wp-content/uploads/2022/10/PMO-SEDAJULIACA-2022-2051.pdf>

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia-UNICEF. (2020). Un año de pandemia, un año de acción en Perú.

https://www.unicef.org/peru/sites/unicef.org.peru/files/2021-04/un-ano-pandemia-covid19-un-ano-accion-peru-unicef_2.pdf

García Marco, F. J. (1998). *El concepto de información: Una aproximación transdisciplinar I: Hacia una definición objetiva.* Zaragoza, 24, 304-326.

<https://www.researchgate.net/publication/27575728>

Gil Ochando, J. C. (2018). *Neurocomunicación audiovisual: intereses comunes entre la neurociencia y la comunicación audiovisual.* [tesis de doctorado, Universidad

Complutense de Madrid]. <https://docta.ucm.es/entities/publication/f03f3ab0-3d9f-4c27-9924-b7f7ebf42778>



- Guillen Valle O. R., Cerna Ventura B. F., Gondo Minami R., Reyes Edwin F. S., y Martínez López A. (2019). *Guía práctica de SPSS para diseños paramétricos y no paramétricos*. http://cliic.org/2020/Taller-Normas-APA-2020/Guia-Estadistica-PACIFICO_c.pdf
- Gutman D. Y Risso Patrón H. (s.f.). *El sonido, conceptos básicos*. CePIA. <http://cepia sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/22/2016/10/Cuadernillo-2.pdf>
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Definición del alcance de la investigación a realizar: exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa*. In *Metodología de la investigación* (5ta ed.). <http://repositorio.uasb.edu.bo/handle/54000/1210>
- Hernández Sampieri R., Fernández Collado C. y Baptista Lucio M. P. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017). *Censo Nacional de Población y Vivienda*. <https://censos2017.inei.gob.pe/redatam/>
- Lecaros Galvez, O. S. (2014). *Material Educativo Audiovisual Y Su Influencia Enseñanza-Aprendizaje De Los Estudiantes De Periodismo En El Curso De Opinión Pública*. [Tesis de doctorado, universidad de San Martín de Porres]. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/1068>
- López García, G. (ed.) (2005). *El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*. Servei de Publicacions de la Universitat de València.



<https://vinv.ucr.ac.cr/sites/default/files/divulgacion-ciencia/libros-y-tesis/ecosistema-digital.pdf>

Liberta Bonilla B.E. (2007). *Impacto, impacto social y evaluación del impacto*. Acimed 15(3). [PDF]. <http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v15n3/aci08307.pdf>

Mesa de Concertación para la Lucha Contra la Pobreza. (2020). *Informe nacional sobre el impacto del covid-19 en las dimensiones económica, social y en salud en el Perú*. <https://www.mesadeconcertacion.org.pe/storage/documentos/2020-08-17/informe-salud-mclcp-2020-7-de-julio.pdf>

Mendenhall, W., Beaver, R. J. Y Beaver B. M. (ed). (2010). *Introducción a la probabilidad y estadística*. <https://www.fcfm.buap.mx/jzacarias/cursos/estad2/libros/book5e2.pdf>

Muñoz Razo, C. (2011). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. Pearson Educación de México, S.A. de C.V. <http://www.indesgua.org.gt/wp-content/uploads/2016/08/Carlos-Mu%C3%B1oz-Razo-Como-elaborar-y-asesorar-una-investigacion-de-tesis-2Edicion.pdf>

Montalvo Castro, J. (2010). *Spots educativos: un modelo de evaluación creativa*. *Contra texto*, (018), 191-208. <https://doi.org/10.26439/contratexto2010.n018.205>

Municipalidad Provincial de San Román. (2004). Plan director de Juliaca 2004-2015. https://eudora.vivienda.gob.pe/observatorio/PDU_MUNICIPALIDADES/JULIACA/PDU-JULIACA.pdf



- Marino Jiménez M., Torres Ravell C., y Valdivia Llerena G. (2020). *Educación y medios audiovisuales: una reflexión sistémica para su implementación, fortalecimiento y sostenibilidad*. Vol. 8, N°1, e438. <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2020.v8n1.438>
- Mora Alvarado, D.A. y Portuguez Barquero, C.F. (2022). *Agua potable e higiene y su relación con la propagación y letalidad por COVID-19*. Vol. 35, pág. 6-14. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8432976.pdf>
- Martínez Musiño, C. (2012). *La ciencia de la información como plataforma para potenciar el estudio de los flujos de la información en las organizaciones*. *E-Ciencias de la Información*. Revista electrónica semestral, ISSN-1659-4142. 2(1). P. 1 – 14. <https://doi.org/10.15517/eci.v2i1.1212>
- Organización de las Naciones Unidas. (2020). El impacto del COVID-19 en América Latina y el Caribe. *Oficina de Naciones Unidas Para La Coordinación de Asuntos Humanitarios* -OCHA, 1–29. https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/sg_policy_brief_covid_lac_spanish.pdf
- Organización Panamericana de la Salud. (1984). Guía para el diseño, utilización y evaluación de material educativo en salud. <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/3285/Guia%20para%20el%20dise%C3%B1o%20utilizacion%20y%20evaluacion%20de%20materiales%20educativos%20de%20salud.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=audiovisuales%20e%20impresos,-.4.1%20Material%20visual,reales%20existentes%20en%20la%20localidad.>



- Ortiz Díaz-Guerra, M. J. (2018). *Producción y realización en medios audiovisuales*. Alicante. ISBN 978-84-09-00086-9. <http://hdl.handle.net/10045/73827>
- Organización Mundial de la Salud (2020). *La enfermedad por coronavirus (COVID-19) es una enfermedad infecciosa causada por el virus SARS-CoV-2*. https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1
- Organización Panamericana de la Salud. (s.f.). *Desinfección en el hogar, prendas de protección y protocolos*. [PDF]. <https://www.paho.org/sites/default/files/desinfeccion-hogar-prendas-protocolos.pdf>
- Organización Panamericana de la Salud. (s.f.). *Recomendaciones para la limpieza y desinfección en casa. Sin casos sospechosos, ni confirmados*. [PDF]. https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52101/OPSCDECDCOVID-19200014_spa.pdf
- Organización Mundial de la Salud. (2020). *Consejos para la población sobre el nuevo coronavirus (2019-nCoV): cuándo y cómo usar mascarilla*. <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/when-and-how-to-use-masks>
- Organización Mundial de la Salud. (2020). *Consejos para la población acerca de los rumores sobre el nuevo coronavirus (2019-nCoV)*. <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters#cms>
- Pérez, M. (2023). Definición de mensaje. *En conceptos definiciones.de*. Recuperado el 20 de agosto de 2023, de <https://conceptodefinition.de/mensaje/>



Real Academia Española. (s.f.). Cuarentena. En *Diccionario de la lengua española*.

Recuperado en 20 de diciembre de 2022, de <https://dle.rae.es/cuarenteno>

Real Academia Española. (s.f.). Mascarilla. En *Diccionario de la lengua española*.

Recuperado en 25 de diciembre de 2022, de

<https://dle.rae.es/mascarilla#AZ1KPpH>

Robles Gómez, M. A. y Hernández Bermúdez, M. (1995). *Televisión y cultura*. Sevilla,

95-98. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=635520>

Real Academia Española. (s.f.). Distanciamiento social. En *Diccionario de la lengua*

española. Recuperado el 05 de enero de 2023,

de <https://dle.rae.es/distanciamiento>

Real Academia Española. (s.f.). Audiovisual. En *Diccionario de la lengua española*.

Recuperado el 10 de enero de 2023, de <https://dle.rae.es/audiovisual>

Real Academia Española. (2006). Impacto. En *Diccionario esencial de la lengua*

española. Recuperado el 13 de agosto de 2023, de

<https://www.rae.es/desen/impacto>

Terraza Ochoa, J., & Vásquez Jarita, M. E. (2018). *El uso de los materiales audiovisuales*

y su influencia en el aprendizaje en el área de comunicación en los estudiantes

del primer grado de la Institución Educativa Politécnico Huascar de Puno, año

2017 [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Altiplano].

<http://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/8444>

Ugalde, M. C. (1989). *El lenguaje caracterización de sus formas fundamentales*.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5476029>



- Villanueva, A., & Mendizabal, E. (2018). *Impacto social de la investigación, aproximaciones, desafíos y experiencias internacionales de evaluación* (1nd ed.): https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/133912/Serie%201%20%20%20Impacto_Social_Investigacion_aproximaciones_nv.pdf?sequence=4
- Valero Cedeño N. J., Vélez Cuenca M. F., Duran Mojica Á. A. y Torres Portillo M. (2020). *Afrontamiento del COVID-19: estrés, miedo, ansiedad y depresión?*. Vol. 5, 63-70. <https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/enfi/article/download/913/858>
- Warleta Fernández, E. (s.f.). *Pluralidad cultural y social de Iberoamérica. El papel de la educación bilingüe intercultural*. <https://red.pucp.edu.pe/ridei/libros/pluralidad-cultural-y-social-de-iberoamerica-el-papel-de-la-educacion-bilingue-intercultural/>
- Yucra Mamani Y. J., Barrientos Paredes, K. N. y Vera del Carpio, M. R. (2022). Responsabilidad Social de los medios de comunicación en Puno, Perú ante la COVID-19. 13(3), 189-200 <https://doi.org/10.33595/2226-1478.13.4.694>
- Zanoni, Leandro (ed.). (2008). *El imperio digital* (1ra ed.). Buenos Aires. Obtenido de: <http://biblioteca.bausate.edu.pe/docs/libros-electronicos/el-imperio-digital.pdf>



ANEXOS

<p>Problemas específicos</p>	<p>-El impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 difundidos en TV de la Red de Salud San Román es relativamente positiva para prevenir el virus en los ciudadanos del distrito de Juliaca 2020.</p>	<p>Objetivo N°01 -Determinar el impacto de los materiales audiovisuales de covid-19 difundidos en TV de la Red de Salud San Román en los ciudadanos del distrito de Juliaca 2020.</p>	<p>ciudadanos juliaqueños</p>	<p>Exposición de los materiales audiovisuales de la Red de Salud San Román</p>	<p>-Frecuencia de visualización de los materiales audiovisuales de covid-19 de la Red de Salud San Román difundidos en Facebook. - Tipo de materiales audiovisuales más vistos. VIDEOS - Sonido o pistas musicales de los videos de Covid-19. - Calidad de las imágenes de los videos de Covid-19. - El lenguaje del locutor de los videos de Covid-19. - El mensaje de los videos de Covid-19. - El contenido de los videos de Covid-19. - Temas de los videos de Covid-19.</p>	<p>RECOLECCIÓN DE DATOS: Encuesta: INSTRUMENTO Cuestionario estructurado</p>
-------------------------------------	---	--	-------------------------------	--	---	---

<p>Problema N°02 ¿Cuál es el impacto de los materiales audiovisuales de covid-19 difundidos en Facebook de la Red de Salud San Román es relativamente positiva para prevenir el virus en los ciudadanos del distrito de Juliaca 2020?</p>	<p>-El impacto de los materiales visuales de covid-19 difundidos en Facebook de la Red de Salud San Román es relativamente positiva para prevenir el virus en los ciudadanos del distrito de Juliaca 2020.</p>	<p>Objetivo N°02 -Determinar el impacto de los materiales visuales de covid-19 difundidos en Facebook de la Red de Salud San Román en los ciudadanos del distrito de Juliaca 2020.</p>	<p>Percepción de la utilidad y relevancia de los materiales audiovisuales de Covid-19</p>	<p>MATERIAL VISUAL - Ilustraciones del material visual de Covid-19. - Mensaje de los materiales visuales de Covid-19. - Tema de los materiales visuales de Covid-19. - Colores de los materiales visuales de Covid-19. - Tamaño de letras de los materiales visuales de Covid-19. - Porcentaje de ciudadanos que consideran que los materiales audiovisuales son útiles para comprender mejor la covid-19 y sus medidas de prevención. - Opiniones sobre la calidad y claridad de la información presentada en los materiales audiovisuales.</p>		
--	--	---	---	---	--	--

ANEXO 2: CUADRO DE INTERACCIÓN DEL FACEBOOK DE LA RED DE SALUD SAN ROMÁN – 2020.

Nombre del producto audiovisual	Fecha de publicación 2020	Compartido	Reproducción	Reacciones 
¿Qué es el coronavirus?	28 de enero	8 veces	60	3 me gusta
Yo me quedo en casa	23 de marzo	32 veces	1300.	26 me gusta
Como prevenir el Covid-19	17 de abril	31 veces	2600.	13 me gusta
Limpieza y desinfección casa	4 de mayo	7 veces	315	5 me gusta
Recomendaciones de limpieza	4 de mayo	6 veces	267	2 me gusta
Testeo de pruebas rápidas	4 de junio	30 veces	1120	14 me gusta
Lávate las manos y gánale al Covid-19	26 de junio	19 veces	1000	22 me gusta 1 me encanta
No bajes la guardia	27 de julio	3 veces	262	4 me gusta
Celebremos las fiestas patrias con responsabilidad.	27 de julio	19 veces	1000	17 me gusta 4 me encanta
Asistir a reuniones sociales incrementa los casos covid-19	28 de agosto	17 veces	870	8 me gusta 3 tristeza
Únete a la lucha contra COVID	7 setiembre	119 veces	1100	15 me gusta
Yo supere el covid-19	11 setiembre	13 veces	973	34 me gusta
Lávate las manos covid-19	11 setiembre	4 veces	450	8 me gusta
El Covid-19 no mata	11 setiembre	12 veces	947	12 me gusta 5 entristece



Mantente negativo diciendo no al covid-19	29 octubre	0 veces	297	0 interacciones
Lucha contra el covid-19	15 noviembre	14 veces	1900	17 me gusta
Material visual-Facebook	Fecha-2020 publicación	Compartido	Comentario	interacción
La Covid-19 no mata	2 de octubre		0	7 me gusta
Comando Covid-19	7 setiembre	2	0	8 me gusta
Si tienes Covid-19 consejos.	25 de agosto	2	0	10 me gusta
Recomendación para desinfectar ambientes utilizados por pacientes Covid-19.	20 de agosto	15	0	15 me gusta
Reconozcamos los diferentes tipos de mascarillas.	16 de julio	26	1	21 me gusta
Si el covid-19 quieres evitar, estos consejos tienes que seguir	15 de julio	3	0	7 me gusta
Comando regional Covid-19 Reporte Nro. 90	12 de julio	8	0	11 me gusta
Protector facial	6 de julio	20	0	6 me gusta
Los respiradores con válvula no deben utilizarse en lugares con alto riesgo de transmisión.	24 de junio	15	0	8 me gusta
Estigmatización hacia las personas con Covid-19	24 de junio	7	0	5 me gusta
Protégete de la Covid-19	8 de junio	9	0	5 me gusta



Enfrentar la pandemia	25 de mayo	0	0	0
Recomendaciones mercados	13 de mayo	13	0	6 me gusta
Manejo de personas fallecidas	11 de mayo	33	0	11 me gusta
Recomendación para bodegas	22 de abril	22	0	2 me gusta
Como desinfectar alimentos	21 abril	20	0	10 me gusta
Síntomas de covid-19	17 de abril	9	0	6 me gusta
Limpieza y desinfección casa	17 de abril	8	0	8 me gusta
Salud mental	14 de abril	2	0	3 me gusta
Situación Covid-19 Puno	31 de marzo	104	5	58 me gusta

Fuente: elaboración propia en base a las publicaciones de la Red de Salud San Román en Facebook.

Nota: la red social de Facebook de la RSSR en el año 2020 tenía aproximadamente 12 mil seguidores, con muy bajo alcance, interacciones, compartidos y comentarios.



ANEXO 3: SOLICITUD APROBADA POR LA RSSR PARA BRINDAR INFORMACIÓN DE CASOS COVID-19.

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Solicito: información sobre los casos de covid-19
presentados en el distrito de Juliaca para
fines académicos.

SEÑOR RUMY ABEL QUISPE QUISPE
DIRECTOR DE LA RED DE SALUD SAN ROMÁN

Yo, Melani Parillo Gutiérrez con DNI 76190198
domiciliado en el Jr. San Isidro Urbanización San
José del distrito de San Miguel con número de
celular 975781969, Ante usted respetuosamente
me presento y expongo:

Que, habiendo culminado la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación Social
en la Universidad Nacional del Altiplano – Puno, solicito a usted me pueda brindar
información sobre los casos de covid-19 que se presentaron en el distrito de Juliaca desde
marzo del 2020 – hasta el 31 de diciembre 2020, de enero a diciembre del 2021 el
total de contagiados, difuntos por covid19, personas vacunadas hasta el momento,
fallecidos por el covid19 con 1 o 2 vacunas, ello especificado de acuerdo a cada mes
del año y por edad, y las estrategias que se ejecutó desde la entidad para que el
contagio no se propague en el distrito de Juliaca, la información servirá para realizar
trabajo de investigación sobre **"IMPACTO DE LOS MATERIALES
AUDIOVISUALES DE COVID-19 DE LA RED DE SALUD SAN ROMÁN EN
CIUDADANOS DEL DISTRITO DE JULIACA – 2020"** para optar el grado de
Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social.

ANEXO

- Acta de aprobación de proyecto de tesis
- Perfil de tesis
- Recibo de caja de pago

POR LO EXPUESTO:

Ruego a usted acepte mi solicitud por ser justo y legal.

Juliaca, 13 de abril del 2022

006467



Melani Parillo Gutiérrez
MELANI PARILLO GUTIERREZ
DNI: 76190198

MINISTERIO DE SALUD
RED SALUD SAN ROMÁN

03 AGO 2022

Firma: *[Firma]* Fecha: *[Firma]*
UNIDAD DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA
CONTROL RECEPCIÓN

MINISTERIO DE SALUD
RED DE SALUD SAN ROMÁN
UNIDAD DE TRÁMITE DOCUMENTARIO

13 ABR 2022

CONTROL RECEPCIÓN

Folio: 19 Hora: 11:45 Firma: *[Firma]*

Nota: solicitud aprobada por la RSSR, para brindar información sobre los casos Covid-19 del año 2020.

ANEXO 4: INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Estimados señores (as) les pido encarecidamente me ayuden a contestar unas preguntas, el cual servirá para la ejecución de la tesis profesional denominado “impacto social de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román en ciudadanos del distrito de Juliaca – 2020”, tus respuestas serán confidenciales y anónimas.

Las personas que participen en la investigación deben tener un mínimo de edad de 25 años y un máximo de 49 años, entre varones y mujeres del distrito de Juliaca, los cuales serán elegidos de acuerdo al criterio de la investigadora. No hay respuesta incorrecta ni correcta.

SEXO..... EDAD..... INSTRUCCIÓN..... CLASE SOCIAL.....

N.º	Cuestionario	Respuesta				
	Ítems – Preguntas	Muy buenos 5	Buenos 4	Regulares 3	Malos 2	Muy malos 1
1	Cuenta con el servicio de agua y desagüe.	Ambos	Sólo 1	Pozo y letrina	Sólo pozo	ninguno
2	Cómo calificaría los servicios básicos del agua y desagüe.	Muy buenos	Buenos	Regulares	Malos	Muy malos
3	Que emociones experimento durante la cuarentena	Serenidad y angustia	Preocupación Y miedo	Aburrimiento ansiedad	Tristeza angustia	Estrés depresión
4	Al estar en cuarentena se vio perjudicado.	Soy nombrado	No me perjudico que	A veces me sentía perjudicado	Soy Independiente, me perjudique	Muy Perjudicado No encontré trabajo
5	Con que frecuencia adquiriría los productos de higiene (desinfectante, jaboncillo, alcohol, etc.).	Diario	Semanal	Quincenal	Mes	Dos meses a más
6	Fue beneficiario de algún bono económico que ofreció el estado 2020. Económico.	2 bonos	1 bono	Mi familia nuclear	Ni un bono	Yo mi familia nuclear
7	Tenía conocimiento sobre la obligatoriedad del confinamiento, distanciamiento social, uso de	Muy buenos	buenos	Regulares	Malos	Muy Malos



	barbijo, lavado y desinfección de manos.					
8	Conocía el Decreto Legislativo N°1458 donde se aprobó las infracciones y las multas para las personas que no cumplan con el confinamiento, distanciamiento social, uso de barbijo, lavado y desinfección de manos 2020.	Muy buenos	Buenos	Regulares	Malos	Muy malos
9	Por qué respeto las imposiciones del Estado peruano 2020.	Miedo a la Pandemia	Miedo a las multas	Imposición Social	No respete	No respete yo, ni mi Familia.
10	En que otro idioma le hubiera gustado que se difundan los productos audiovisuales.	Español	quechua	Aymara	Lengua de señas	Ingles
11	Con que frecuencia se lavaba las manos año 2020.	9 a más veces	7 a 8 veces al día	5 a 6 veces al día	3 a 4 veces al día	1 a 2 veces al día
12	puso en práctica lo mostrado en los videos audiovisuales sobre la desinfección de verduras.	Muy buenos	buenos	Regulares	Malos	Muy malos
13	Los materiales audiovisuales lograron evitar el contagio de Covid-19 en su persona.	No se Contagio	Sintió síntomas y no se hizo la prueba	Asintomático	contagio 1 vez	contagio 2 veces a más
14	Como impacto los materiales audiovisuales En su persona en el año 2020.	Muy buenos	buenos	Regulares	Malos	Muy malos
Materiales audiovisuales, spot publicitarios tv RSSR						
	Ítems	Muy buenos	buenos	Regulares	Malos	Muy malos
15	El contenido (tema) de los videos audiovisuales sobre el covid-19 son:					
16	El mensaje de los videos audiovisuales sobre el covid-19 estuvo:					
17	El sonido o pistas musicales de los videos audiovisuales sobre el covid-19 estuvieron:					
18	La calidad imágenes y el lugar de los videos audiovisuales sobre el covid-19 estuvieron:					
19	El lenguaje utilizado por el locutor (persona que informa) era sencillo de comprender.					



20	Puso en práctica lo mostrado en los videos sobre la desinfección de zapatos y puertas.					
21	Puso en práctica lo mostrado en los videos audiovisuales sobre la utilización barbijo					
22	Puso en práctica lo mostrado en los videos sobre el distanciamiento de 1 metro.					
23	Respeto el confinamiento social					
24	Como impacto los videos de Covis19 en su persona.	Positivo	Relativamente Positivo	Neutro	Relativamente Negativo	Negativo
Materiales visuales de Facebook de la RSSR						
25	Los contenidos (tema) de los materiales visuales sobre el covid-19 estuvieron:					
26	Los mensajes de los materiales visuales sobre el covid-19 estuvieron:					
27	Las imágenes (ilustraciones) de los materiales visuales sobre el covid-19 estuvieron acorde al tema					
28	Las palabras utilizadas en los materiales visuales eran sencillas de comprender					
29	Los colores de los materiales visuales sobre el covid-19 fueron adecuados					
30	El tamaño de las letras de los materiales visuales sobre el covid-19 estuvieron					
31	Los materiales visuales contenían las suficientes imágenes ilustrativas para comprender el texto					
32	hicieron que cambie de actitud					
33	Como impacto los materiales visuales en su persona.	Positivo	Relativamente Positivo	Neutro	Relativamente Negativo	Negativo

Nota: el cuestionario estructurado se realizó de acuerdo a la escala de Likert, ello para conocer el criterio valorativo de los ciudadanos juliaqueños encuestados.

ANEXO 5: EVIDENCIA DE LA APLICACIÓN DE LOS CUESTIONARIOS.



Nota: ejecución de las encuestas en la plaza de armas de la ciudad de Juliaca.



Nota: elaboración de las encuestas en plaza de armas del distrito de Juliaca



Nota: elaboración de las encuestas en plaza Zarumilla del distrito de Juliaca.



Nota: elaboración de las encuestas en Plaza Vea del distrito de Juliaca.

ANEXO 6: MATERIALES VISUALES PUBLICADOS EN LA PÁGINA DE FACEBOOK DE LA RED DE SALUD SAN ROMÁN AÑO 2020.

LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN AL LLEGAR A CASA

En la puerta de ingreso de su casa:

- Evita tocar superficies.
- Sacate la mascarilla y colócala en una caja o bolsa de papel.
- Desinfecta celulares, lentes, botas y otros objetos.
- El uso obligatorio de mascarillas y guantes.
- Usar desinfectante de manos permanentemente.
- Desinfecte sus calzados incluso la planta.
- Saque la ropa que lleva puesta, para luego lavarla.
- ¡Date un baño!
- Implementar kit de lavado de manos (jabón, papel toalla, alcohol en gel, etc.).
- Evite manipular los productos con la misma mano que recibe el dinero.
- Mantener el distanciamiento social (Mínimo 1 metro).

NOTA: La desinfección debe ser con alcohol o agua con lejía (0,5%).

10LT.	Cloro: 1.25 Lt.
	Agua: 8.75 Lt.

PERÚ Ministerio de Salud Red de Salud San Román

#QuédateEnCasa EL PERÚ PRIMERO

PERÚ Ministerio de Salud Red de Salud San Román

SALUD MENTAL

¡ESTAMOS CON USTEDES!

LÍNEA DE APOYO y soporte EMOCIONAL

PROTÉGETE DEL CORONAVIRUS

Los primeros auxilios psicológicos, al igual que los primeros auxilios médicos, es una herramienta importante, el H. C. M. M. –Programa de Salud Mental; Ofrece a la comunidad en forma gratuita el servicio de **Apoyo Psicológico por teléfono** durante el periodo de Aislamiento social, de **lunes a viernes de 8 am a 6 pm Ud.** Puede llamar al siguiente teléfono:

958256415



Reconoce los diferentes tipos de mascarillas y su uso

PRIMERO MI SALUD
Por ti, por mí, por el Perú.

<h3>MASCARILLAS COMUNITARIAS</h3> <p>Población en general. Debe tener 3 capas de tela para proteger del contagio del COVID-19.</p> 	<h3>MASCARILLAS QUIRURGICAS</h3> <p>Pacientes diagnosticados con COVID-19 y personal de salud de menor exposición.</p> 
<h3>RESPIRADORES N95 Y EQUIVALENTES</h3> <p>Uso exclusivo del personal de salud con alta exposición a infecciones respiratorias.</p> 	<h3>RESPIRADORES N95 CON VALVULA</h3> <p>Son de uso industrial. No deben ser usadas ni por la población ni por el personal de salud.</p> 

ES IMPORTANTE EL USO CORRECTO DE MASCARILLAS

<p>Debe cubrir completamente nariz y boca.</p> 	<p>Al retirar, hazlo sujetando los elásticos para evitar contaminarlas.</p> 
--	--

 **PERÚ** Ministerio de Salud Gobierno Regional de Puno  **DIRECCIÓN REGIONAL DE SALUD PUNO**

Nota: los materiales visuales publicados en la página de Facebook de la Red de Salud San Román no fueron todas elaboradas por los especialistas en comunicación de la institución, también fueron diseñados por especialistas de la Dirección Regional de Salud Puno y el Ministerio de Salud del Perú.



DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo MELANI PARILLO GUTIERREZ
identificado con DNI 76190198 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado
Ciencias de la Comunicación Social

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:
"Impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la
Red de Salud San Román en Ciudadanos del distrito
de Juliaca - 2020."

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el incumplimiento del presente compromiso

Puno 11 de Octubre del 2023

FIRMA (obligatoria)



Huella



AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo MELANI PARILLO GUTIERREZ,
identificado con DNI 76190198 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado

Ciencias de la Comunicación Social,

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:

“ Impacto de los materiales audiovisuales de Covid-19 de la Red de Salud San Román en ciudadanos del distrito de Juliaca-2020. ”

para la obtención de Grado, Título Profesional o Segunda Especialidad.

Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los “Contenidos”) que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 11 de Octubre del 2023

FIRMA (obligatoria)



Huella