



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE ARTE Y DISEÑO GRÁFICO
EMPRESARIAL**

**Publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes y la
percepción visual del personal policial del Callao, 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ARTE Y DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

AUTOR:

Cardenas Trujillo, Ricardo Almilcar (ORCID: [0000-0003-0349-5689](https://orcid.org/0000-0003-0349-5689))

ASESOR:

Dr. Cornejo Guerrero, Miguel Antonio (ORCID: [0000-0002-7335-6492](https://orcid.org/0000-0002-7335-6492))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Arte Visual y Sociedad: Investigación de Mercados en el Ámbito de la
Comunicación Gráfica, Imagen Corporativa y Diseño del Producto.

LIMA - PERÚ

2021

DEDICATORIA

A Dios por todo por seguir avanzando con investigación. A mi madre por el apoyo emocional A mi familia y al profesor por guiarme en el ámbito intelectual. Gracias

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme salud y confianza
Como también a todas las personas que me
apoyaron a realizar esta investigación.

ÍNDICE

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Realidad problemática	
1.2. La formulación del problema	
1.3. La justificación de la investigación	
1.4. Objetivos	
1.5. Hipótesis	
II. MARCO TEÓRICO.....	
III. METODOLOGÍA.....	
3.1. Tipo y diseño de investigación	
3.2. Variables y operacionalización	
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis....	
3.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos.....	
3.5. Procedimientos.....	
3.6. Método de análisis de datos.....	
3.7. Aspectos éticos	
IV. RESULTADOS.....	
V. DISCUSIÓN	
VI. CONCLUSIONES	
VII.RECOMENDACIONES	
REFERENCIAS.....	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variables según su naturaleza y escala.....	20
Tabla 2. Hipótesis general.....	36
Tabla 3. Niveles de correlación	37
Tabla 4. Cuadro de correlación, comunicación visual y percepción visual.....	38
Tabla 5. Cuadro de correlación, los medios y formatos y percepción visual	39
Tabla 6. Cuadro de correlación, el mensaje y percepción visual	40
Tabla 7. Matriz de operacionalización	74
Tabla 8. Matriz de consistencia	75
Tabla 9. Instrumentos de datos	79
Tabla 10. Prueba binomial	80
Tabla 11. Prueba normalidad	81
Tabla 12. Estadística de fiabilidad.....	82
Tabla 13. Estadística de confiabilidad	85

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Gráfico de barras de ítem 1	25
Figura 2. Gráfico de barras de ítem 2.....	25
Figura 3. Gráfico de barras de ítem 3.....	26
Figura 4. Gráfico de barras de ítem 4.....	27
Figura 5. Gráfico de barras de ítem 5.....	27
Figura 6. Gráfico de barras de ítem 6.....	29
Figura 7. Gráfico de barras de ítem 7.....	29
Figura 8. Gráfico de barras de ítem 8.....	29
Figura 9. Gráfico de barras de ítem 9.....	30
Figura 10. Gráfico de barras de ítem 10.....	31
Figura 11. Gráfico de barras de ítem 11.....	31
Figura 12. Gráfico de barras de ítem 12.....	32
Figura 13. Gráfico de barras de ítem 13.....	32
Figura 14. Gráfico de barras de ítem 14.....	32
Figura 15. Gráfico de barras de ítem 15.....	34
Figura 16. Gráfico de barras de ítem 16.....	35
Figura 17. Gráfico de barras de ítem 17.....	35

RESUMEN

En la investigación: “Publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes y la percepción visual del personal policial del Callao, 2021”, se planteó la siguiente pregunta, ¿Cuál es la relación que existe entre la publicidad social sobre al abuso sexual y la percepción visual del personal policial del Callao, 2021? El objetivo fue hallar la relación que existe entre la publicidad social sobre el abuso sexual y la percepción visual. El enfoque es cuantitativo, diseño no experimental, tipo aplicada, correlacional, transversal. La población consto de 365 efectivos policiales del Callao y la muestra fue 187. La técnica utilizada fue la encuesta, el instrumento fue el cuestionario, se utilizó la escala de Likert. La confiabilidad con Alfa de Crombach nos dio como resultado 0,653 y según la tabla categórica indica que el coeficiente de la confiabilidad del instrumento de medición es muy confiable. Existe evidencia estadística para que la hipótesis nula sea rechazada, ya que el Chi – Cuadrado es 0,000 menor a 0.05, por lo tanto, si existe relación entre la publicidad social sobre el abuso sexual y la percepción visual del personal policial del Callao, 2021.

Palabras clave: Publicidad social, percepción visual, abuso sexual

ABSTRACT

In this present investigation: "Social advertising on sexual abuse in young people and the visual perception of police personnel in Callao, 2021", the following question was posed, What is the relationship between social advertising on sexual abuse and visual perception of police personnel in Callao, 2021 ?. The objective was to find the relationship between social advertising about sexual abuse and visual perception. The approach is quantitative, non-experimental design, applied type, correlational, cross-sectional. The population consisted of 365 police officers from Callao and the sample was 187. The technique used was the survey, the instrument was the questionnaire, the Likert scale was used. The reliability with Crombach's Alpha gave us as a result 0.653 and according to the categorical table it indicates that the reliability coefficient of the measuring instrument is very reliable. There is statistical evidence for the null hypothesis to be rejected, since the Chi - Square is 0.000 less than 0.05, therefore, if there is a relationship between social advertising about sexual abuse and the visual perception of police personnel in Callao,2021

Keywords: Social advertising, visual perception, sexual abuse

I. INTRODUCCIÓN

Al principio desde un punto de vista social, psicológico y de la comunicación se recomienda ver y analizar con precaución lo que influye los medios que comunican en el mundo actual. La forma de comunicación son conductos cuya importante finalidad se basa en informar y emitir difusión de la publicidad, dichas difusiones hay discriminación de sexo y abuso sexuales que es una huella en el transcurso de los años en nuestra sociedad, logrando a través de la propagación de mensajes y con idoneidad intervenir y cambiar el criterio y el pensar de los ciudadanos (Toro, 2015, p.36).

Por ello nos vamos a enfocar en la agresión sexual, que es un problema contra la libertad sexual y los derechos humanos, con preocupaciones de razones descomunales, con resultados emocionales y psicológicos, demoledoras para quienes lo padecen y para sus familiares que a un tiempo largo o corto aqueja la salud mental de las personas.

Además, un punto importante de jerarquía y que deja huella son las revistas, la prensa y la TV, que es uno de las cosas más cercanos a la humanidad, ya que la mayoría de las casas instalan dicho aparato (Maraver-López y Aguaded, 2014, p.3).

Ante este problema social hay una injusticia para los pequeños, ya que hacen que modifiquen su vida, su crecimiento y desarrollo, viéndose afectado ambos sexos, ocasionando sentimientos como depresión, culpa, ansiedad, falta de apetito y no dormir adecuadamente. Asimismo, en su alteración en la educación y en el proceso psicosexual teniendo un fatal final que es el suicidio. (Maraver-López y Aguaded, 2014, p.20).

Echeburua (2014, p.67), refiere que la violación está dada por el concepto de un suceso de trauma, nocivo y penetrante, donde la persona agraviada después del acto carnal no tiene la capacidad de tranquilizarse o disminuir las secuelas emocionales, poniéndola en un lugar vulnerable e indefensa o indefenso, ante este acontecimiento desagradable y dichos abusos ocurren en la infancia de cada neonato.

El (Ministerio Público de Lima, 2019,p.2) indica que la agresión sexual es un inconveniente de salud pública por dejar una huella sobre la persona, la sociedad y

su familiares los números son cada vez más doloroso como manifiesta han recibido más de 16,632 denuncias por el Delito contra la Libertad Sexual, en todos el Perú, es decir un promedio de 18 casos por día, siendo más de la cuarta parte dadas en la capital, dichos reporten además señalan que el 65% fueron menores de edad y adolescentes y más del 30 por ciento fueron agraviadas sexualmente en sus casas.

Por otra parte, indicaremos que el concepto de juventud se considera a todo individuo que oscila entre los quince y veinte y cuatro de vida, dando referir la (OMS, 2019, p. 3). De igual importancia, se estima en diferentes conceptos de juventud: la juventud como agrupación social, la juventud como generación para un futuro, la juventud como ciclos de la vida y la juventud como comportamientos en conjunto frente a la vida (Duarte, 2000, p. 8).

Además, manifestaremos un tema importante que es la percepción visual, es el modo que los habitantes logran descifrar una comunicación visual por intermedio de piezas gráficas, en lo que lo primordial es la óptica visual que realiza alguna relación con el elemento y lograr el preciso momento de la captura de los movimientos o características de lo observado por el ojo humano, según Roldan (2013, p. 1).

En el campo internacional según (Pereda, 2016, p.130), en su investigación informo que de un 14 % de personas en España han padecido de agresiones sexuales en su infancia, precedentemente de consumir la edad de doce a diecisiete años. En el continente sudamericano como es el caso de Chile, manifiesta su ministerio de educación Chile (2018) que los estudios nuevos del delito de violación sexual perjudican en un porcentaje más elevado en las niñas que en los niños lo que quiere referir que las poblaciones infantiles son más propensos y afligidos, en estos casos de abuso sexual. Siguiendo en Sudamérica en el país del norte, Ecuador nos manifiesta que tiene conocimiento de estos casos, con cifras e informaciones similares, por lo que su ministerio de educación de Ecuador (2017), indico que de 10 abusados sexualmente, 6 son menores de edad y un porcentaje elevado son féminas siendo un numero de 80%.

También a nivel nacional, nuestro Perú, según el ministerio público en la implementación de un programa de investigaciones criminológicas (2013 -2017),

señalan que un porcentaje elevado de 76% de habitantes son víctimas de violación sexual y son infantes. Una información preocupante para los habitantes de nuestro país. De igual forma el programa contra la violencia familiar y sexualidad (2017) en sus estadísticas hechas, manifiestan denuncias por dicho delito en tres departamentos del Perú, siendo ellos San Martín, Iquitos y Cusco. Mencionando que, en la primaria de la institución educativa, de 10 colegiales hay 1 que han sido agraviado por el delito monstruoso, donde la mayoría son niñas, asimismo cabe indicar que de las tres regiones San Martín tiene el mayor índice de víctimas, igualmente en el país manifiestan que un 62% de las afectadas manifiestan haber sido víctimas de gestos y miradas obscenas, el 28% indicaron que fueron forzados para hacer actos de palpación indebidas en zonas prohibidas en el cuerpo de la agraviada, Además indica que un porcentaje del 40% han sido víctimas de tocamientos indebidos o de ósculos fastidiosos y un porcentaje mínimo de violación sexual .

De igual manera a nivel local en la provincia constitucional del Callao, se registró denuncias por abuso sexual en jóvenes, dicha indagación se encuentra consignado en el año 2017 y resulto un total de 393 denuncias siendo el 33% mayores de 18 años y 314 denuncias en el año 2018 desde el mes de enero a junio, obteniendo 210 denuncias de los cuales 136 son menores de edad (INEI, 2018, p. 80).

Por lo manifestado esta investigación tiene como objetivo en poder llegar a precisar la relación que tiene mi primera variable con la segunda variable, por tal motivo se realizara piezas gráficas para mi público objetivo que son los efectivos policiales de la Divincri del Callao y posteriormente de ese modo se pueda responder la pregunta de la investigación que es ¿Cuál es la relación entre la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes y la percepción visual del personal policial del Callao. 2021?

Debido a esta problemática se pretende prevenir el incremento del abuso sexual elaborando un plan de comunicación visual en el personal policial del Callao, como modelo y guía donde los contenidos visuales serán estímulos informativos, preventivos y reflexivos en los policías como también en los niños y jóvenes, este último va dirigido la investigación ya que el índice de delitos va aumentando en la jurisdicción del Callao. Los efectivos policiales los cuales frente a esta problemática

cumplen un rol importante de responsabilidad como guías y formadores, ampliando más su conocimiento sobre el tema para que logren combatir a los infractores, es por ello que nace la necesidad de esta situación problemática y se dio comienzo a la exploración.

Dicha exploración es factible ya que tenemos el apoyo y coordinación con el personal del departamento de investigaciones criminales del Callao que otorgara la autorización correspondiente, para comenzar el avance de la indagación, adquiriendo la colaboración del personal PNP objetivo a quienes va presidido el estudio donde ayudará o contribuirá a resolver dicho problema.

Para concluir dentro de los vacíos de la investigación se concibe una necesidad de seguir investigando más a fondo sobre el tema, dicha institución castrense debe dar asesorías, instrucciones o capacitaciones a su personal policial, todos los días para combatir este delito, ya que cada día que pasa aumenta más el índice en el Callao, logrando que su público objetivo tenga estas herramientas para lograr batallar este crimen exitosamente.

Por consiguiente, se plantea la siguiente pregunta:

¿Cómo afecta la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en la percepción visual del personal policial del Callao, 2021?, buscando un resultado al problema general, de forma semejante se realizaron enunciados específicos:

¿Cómo afecta la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en la extracción de información del personal policial del Callao, 2021?

¿Cómo afecta la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en la Organización de información del personal policial del Callao, 2021?

¿Cómo afecta la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en la Procesamiento de información del personal policial del Callao, 2021?

Respecto dicha justificación cabe destacar que es de suma importancia justificar el motivo de la investigación con la intención de obtener el entendimiento y como resultado señalar que lo indagado es sustancial e imprescindible (Hernández, et al.

2014, p. 40).

Este documento presentado es encaminado en precisar la correlación que se encuentre entre la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en la percepción visual del personal policial del Callao, con esto se quiere indicar que las víctimas de violencia sexual las cifras han aumentado en nuestra población, lo que causa una actitud de rechazo en los ciudadanos, es decir el presente estudio nos proporcionara comprensión de lo que produce la percepción visual de los efectivos policiales del Callao, siendo ellos que logran entender la idea didácticamente y sin ninguna dificultad la percepción visual y la publicidad social es estimada de buena forma informar en prevención al abuso sexual, así ahondar de igual las teorías como los sucesos reales, las denuncias que tiene esta problemática.

En la justificación teórica contiene el aporte de autores considerados relevantes al tema y que apoyan ambas variables, trabajos de investigación tipo tesis y artículos sobre la publicidad social, abuso sexual en jóvenes y la percepción visual. En conjunto todo el aporte teórico permitió que el investigador pueda sustentar la relación entre dichas variables, las mismas que fueron aplicadas a jóvenes y personal policial del Callao. Este trabajo impactara en el conocimiento general para poder comprender dicho problema.

En la justificación practica es viable el proyecto de investigación en mención porque se hará una coordinación con el personal de la DIVINCRI del Callao y concederá la aprobación correspondiente, para terminar el progreso de la indagación, obteniendo luego la cooperación del personal PNP objetivo a quienes va orientado la instrucción donde ayudará o contribuirá a resolver dicho inconveniente.

Y por último la justificación metodológica que indica que los propósitos predispuesto requerirá el uso de habilidades de indagación como por ejemplo las encuestas y su procedimiento operativo en un sistema virtual. Este presente análisis lograra ejercer de moldura alusiva para a futuro a otras indagaciones que propongan a vincular sobre mi título de investigación sobre el problema social señalado.

Por otra parte, la hipótesis indica que son conductos de una investigación, dando a conocer lo que tratan de probar y manifiestan enunciados o afirmaciones del tema investigado, esto quiere decir que habrá varias explicaciones buscando así una

respuesta a la indagación (Hernández, 2014, p. 104).

La hipótesis General:

Hi: Existe una relación favorable entre la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en la percepción visual del personal policial del callao, 2021.

Ho: Existe una relación desfavorable entre la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en la percepción visual del personal policial del callao, 2021.

Las hipótesis específicas:

H1: Existe un vínculo favorable entre la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en la extracción de información del personal policial del callao, 2021.

Ho: Existe un vínculo desfavorable entre la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en la extracción de información del personal policial del callao, 2021.

H2: Existe un vínculo favorable entre la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en la organización de información del personal policial del callao, 2021.

Ho: Existe un vínculo desfavorable entre la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en la organización de información del personal policial del callao, 2021.

H3: Existe un vínculo favorable entre la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en el procesamiento de información del personal policial del callao, 2021.

Ho: Existe un vínculo desfavorable entre la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en el procesamiento de información del personal policial del callao, 2021.

Del mismo modo para culminar el capítulo se plantea el objetivo general, determinar la relación que existe entre la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en la percepción visual del personal policial del callao, 2021 lo mismo que los específicos que son lo continuado:

-Determinar la relación que existe entre la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en la extracción de información del personal policial del callao, 2021.

-Determinar la relación que existe entre la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en la organización de información del personal policial del callao, 2021.

- Determinar, la relación que existe entre la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en el procesamiento de información del personal policial del callao, 2021.

II. MARCO TEORICO

Para ampliar más los conocimientos respecto al proyecto de investigación presente si ha indagado a través de antecedentes nacionales como también internacionales.

Por el lado de los internacionales tenemos a Beltrán (2015), Tuvo su objetivo un trabajo cuyo fin fue efectuar un estudio general en su título de indagación; y su impacto, en la sociedad. Dicha investigación su propósito fue tener un método, de modalidad documental. El modelo de la tesis incluido fue de carácter descriptivo y el método de la investigación fue histórico-lógico. Los pobladores lograron ser elegidos de los dos sexos hombres y mujeres en los intervalos de 19 a 35 años de edad. Culminando el trabajo tuvo un desenlace resultando que las publicidades de marketing estudiadas contribuyeron un porcentaje de 73% de la conducta de los habitantes seleccionado. Se finalizó la eficacia de las campañas hasta un porcentaje de 81% y dicha exploración dio a inicio a poder organizar una renovadora campaña social de marketing contra la discriminación en la ciudad de Quito.

Cerrato y Jiménez (2017), efectuaron una tesis en la Universidad de España, sobre agresión de genero de adolescentes y tuvo como objetivo donde se intentó examinar el crimen de género y tener una prueba de que los jóvenes tienen perturbaciones por parte de sus creadores, en esta elaboración se vio la violencia de un aumento que un problema desde el año 2009 hasta el 2021, se halla una charla que desaprueban y refuta la agresión de género, por lo consiguiente se efectuó un trabajo cuantitativo, correccional, con participantes se obtuvo a 54 colegialas del Instituto San Matías de Tenerife, teniendo como terminación de que las alumnas deben tener la información y tener conciencia sobre la violencia de genero.

Farez (2019), En su estudio sobre el acoso sexual callejero tuvo como finalidad proponer tácticas educacionales para formar concientización desde la enseñanza carnal hasta fragmentarlo y llegar al acoso callejero, fomentando un paro con la intención de rehusar, rechazar la violencia dirigido a los estudiantes. Su enfoque que

tiene es cuantitativa y transversal. Se definió una muestra de 204 alumnos y teniendo un tipo aleatorio simple y para concluir sobre este trabajo se pudo ver que las calles por lo común son puntos seguros del acoso sexual con una proporción elevada de acosos y que diagnosticaron las áreas verdes recreativas, buses y alrededores a los centros educativos, etc.

Sánchez & Magaña (2018), en su artículo indexado soluciones relativas al ciberacoso por medio de celulares, tuvo su objetivo un estudio en adolescentes de educación secundaria. Luego nos refiere sobre una indagación hecha a adolescentes sobre el ciberacoso asimismo su muestra que tiene es de 126 alumnos de edades de intervalo de trece a diecisiete años. México. Siendo su fin de dar a comprender la debilidad de los jóvenes al frente de un aparato digital que en este caso es el internet y sus redes sociales que están de moda y se paran actualizando, agregando que para obtener resultados utilizó la encuesta como instrumento. .

Hipólito (2014), Desarrollo un trabajo en la universidad Abierta Interamericana de Argentina y su objetivo que realizó fue alusión a la agresión de género manifestándose que es un problema continuo en la población, esta aberración que cada hora y día ocasiona demasiados fallecimientos hallándose con la noción en la que nos hace mantener en el mismo conocimiento de lo que es esta problemática ante la comunidad, a lo largo de las generaciones. Se seleccionó a 31 colegas, el propósito principal es tener noción de la captación de los adolescentes que tengan vínculo al asunto de los cuales corresponden de la misma universidad, es una investigación no experimental, y tiene un enfoque cuantitativo. En conclusión, ya todos resuelto se vio que las mujeres buscan indagar en producir nuevos lugares que permitan la alteración, tienen gran grado de mucha responsabilidad y comprensión en vínculo a esta materia, los varones por su parte se visualizan más acondicionados a la comunicación paterna esto quiere decir que los dificulta el desarrollo y la equidad de los sexos, que tiene un diferente pensamiento o mejor dicho a la antigua respecto a este argumento.

Y por el lado de los nacionales se encuentra Aragón (2018), Hizo una tesis sobre la relación de la infografía, acoso sexual y la percepción del alumnado. Tuvo su objetivo de indagar con el fin de disponer el vínculo entre la infografía y la percepción en su

alumnado. En el tiempo actual se observa una desigualdad de figura de violencia que son producidos en los ambientes estudiantiles el maltrato entre ellos, la agresión escolar son producidos por ellos mismo en contra de sus compañeros, se estudió a 26 estudiantes de los dos sexos , investigación de tipo cuantitativa, correccional , no experimental, aplicada, terminando el estudio se dedujo que los estudiantes gozaban de una percepción calificada de la infografía por medio del mensaje empleando imágenes de tal modo que los colegiales obtengan una lectura fácil de leer.

Cárdenas (2018), en su trabajo de investigación de tesis, dirigió el objetivo a analizar la relación de la exposición fotográfica social ante la captación de la juventud. En consecuencia, planeó presentar una exposición fotográfica donde aquellas personas que se ven por las calles, a los que se les llama vagabundos por su aspecto de extrema pobreza sean los personajes a presentar en su exposición, analizando luego la percepción social de los jóvenes antes sus fotografías, la muestra que se tomo fue de 267 jóvenes transeúntes por el parque mientras la exposición se hacía presente, acercándoles un cuestionario constituido por 12 preguntas, luego de haber apreciado la exposición. Además de exponer fotografías también contó con un catálogo, un postal y un afiche reforzando el enfoque de la presentación. Luego se procedió a recoger la data obtenida mediante el cuestionario para luego procesarlo mediante el programa estadístico SPSS, arrojando resultados óptimos y positivos para el proyecto de investigación, obteniendo una correlación, respondiendo la interrogante y afirmando las relaciones existentes significativas de la primera y su segunda variable.

Pinedo (2018), realizó una investigación sobre la infografía de métodos anticonceptivos y la percepción del alumnado optando por precisar el vínculo entre el boceto de piezas graficas sobre la utilización de anticonceptivo y apreciación de personas colegiales de los últimos años de estudios en Comas, indicando que el cerebro puede lograr de modo fácil por el modo de las composiciones representativas de la comunicación , pero analizo que no suele crear la misma intención en todos los individuos, al ver eso el diseñador debe de optar por realizar más diseños para conseguir logros importantes . La indagación tiene enfoque cuantitativo, como también descriptivo, y además es no experimental. Él estudió se hizo a doscientos y setenta y ocho alumnados de una población de mil escolares, en la que la encuesta se hizo con dieciséis interrogaciones y tuvo como resultado de que las variables

tienen impacto en el alumnado como una buena percepción.

Travezaño (2017), desarrollo una tesis, teniendo como tema social el bullying y la apreciación del alumnado, siendo una referencia que el bullying es insistente en los colegios y que es muy peligroso, así mismo ha y que vigilar y rebuscar interés de manera rápida.

El trabajo tiene un muestrario de la cantidad de 270 alumnos tuvo como tipo no experimental, y también fue cuantitativo, como también correlacional. Terminando de que la infografía de forma propicia cumpliendo con la finalidad de difundir con rapidez de forma directa los mensajes y de comprender de manera apropiada favoreciendo la interpretación del mostrado.

Choque (2017), en su trabajo que trata sobre título y tema social tuvo como meta determinar la relación entre la campaña sobre el cuidado del agua y la percepción visual de los niños de primaria, su estudio tiene un enfoque cuantitativo de diseño no experimental de tipo aplicada, obtuvo una muestra de 272 colegiales y dichos alumnos contestaron a un sondeo de diez interrogantes. En terminación se consiguió formar el estudio descriptivo del resultado del sondeo en mención y la contrastación de su hipótesis, obteniendo como resultados válidos de las dos variables.

Asencios (2018), En el desarrollo de tesis su objetivo es hallar la conexión de sus dos variables que es Piezas gráficas y la Percepción, conllevando su enfoque que es cuantitativo de tipo aplicada y como diseño no experimental, teniendo un muestrario de doscientos setenta y uno alumnos, utilizando una encuesta para sus preguntas, teniendo un análisis descriptivo correlacional.

Medina (2018), En su investigación de tesis su principal meta fue hallar la conexión que tiene sus 2 variables que son Piezas gráfica y La Percepción visual, dicha indagación tiene un enfoque cuantitativo, teniendo un nivel correlacional y de tipo aplicada – no experimental, de 940 escolares de población y de su muestra de 273, para concluir dicha investigación tuvo una correlación entre sus variables principales

Barrera (2020), En el desarrollo de su investigación de su tesis su objetivo fue de encontrar la conexión de las representaciones graficas sobre el acoso y la percepción visual, teniendo un enfoque que fue cuantitativo y un diseño no experimental, teniendo de tipo aplicada de nivel correlacional, de una población que consta de ciento cincuenta jóvenes teniendo como muestra de 53, el método que se utilizo fue el sondeo. En conclusión, consiguió formar el estudio descriptivo del resultado de la medición en mención y la contratación de su hipótesis, obteniendo como resultados óptimos de las variables

La teoría relacionada a este tema representa en esta investigación dos aspectos, siendo el primer aspecto compuesto, relacionados con la publicidad social (García, 2016) sobre el abuso sexual (Rovira, 2019) y percepción visual (Alberich, Gómez & Ferrer , 2015).

Nuestro primer aspecto compuesto, publicidad social refiere a realizar el empleo de habilidades comunicacionales para poder así exaltar la percepción o la conducta en la población, obteniendo un resultado eficaz, pretendiendo introducir valores y actitudes con el fin de instaurar prototipos de hábitos válidos para las conglomeraciones sociales. La publicidad social se basa en demasiadas veces en las exposiciones y demostraciones para conseguir así convencer a la concurrencia, no obstante, con constancia se emplea las exposiciones testimoniales (García, 2016, p. 9).

Según el autor hace entender que dicho aspecto tiene tres temas

Comunicación visual: En este tema manifiesta que es un procedimiento que difunden algún ingenio o también como una comunicación por intermedio de mensajes visuales, esto quiere decir entonces por representaciones por lamina, representación por signos o también gestos y demás componentes gráficos que se confeccionan y se anuncian en la sociedad (García, 2016, p. 5).

Del mismo modo tiene tres elementos:

El primero es comprensión, refiriendo que es una pieza importante del aprendizaje y que acepta que aprender es comprender (García, 2016, p. 23).

El segundo elemento es textos, indicando que cuenta con un mensaje claro y conciso (García, 2016, p. 24).

El tercero es percepción, dando entender que los objetos o piezas graficas se encuentran en una ideal posición (García, 2016, p. 23).

Medios y formatos: De ello resulta necesario decir que el medio es el espacio que utiliza para colocarse en la comunicación publicitaria y los formatos son las partes publicitarias que exhibe el mensaje del anunciante (García, 2016, p. 45).

Contiene dos elementos que el primero es medios visuales que indica que deben tener contra con un buen medio visual (García, 2016, p. 45).

Luego el segundo elemento es formatos impresos que indica que debe contar con una buena estructura para luego imprimirlo (García, 2016, p. 46)

Mensajes: El tercer tema y nos indica que es importante ya que si no hubiera un mensaje no habría ninguna comunicación (García, 2016, p. 50) y comprende dos elementos esenciales, el primero es características, este elemento nos manifiesta que son cualidades del mensaje de las piezas graficas (García, 2016, p. 51) y el segundo elemento es funciones, este nos quiere decir que cumple con el mensaje (García, 2016, p. 51).

Nuestro segundo aspecto compuesto es abuso sexual, el teórico nos manifiesta que predomina esencialmente el incremento de las nociones y habilidades sobre el abuso sexual para prever dicho delito (Del Campo 2019, p. 7).

Además, dicho aspecto tiene dos temas, el primero es acoso callejero (Del Campo 2019, p. 11) y contiene dos elementos que son tocamientos indebidos y piropos.

Tocamiento indebido según el teórico es el contacto libidinoso en las partes íntimas o prohibidas del cuerpo humano que realizan las personas mayores que las víctimas, cabe indicar que estos contactos hechos por el agresor, no son permitidos por la agraviada siendo prohibido y castigado por la constitución como delito.

Piropos es proferir palabras denigrantes hacia la mujer, dicho lenguaje se cambia

como un armamento de acoso sexual, cabe indicar que todo este acto que realiza el acosador lo realiza en las calles por el sexo opuesto.

También el segundo es el acoso cibernético (Rovira 2019, p. 11), contiene dos elementos uno de ellos son los mensajes constantes y el segundo es propagación de información no deseada (Rovira 2019, p. 12).

Los mensajes constantes que realiza el acosador lo hace por intermedio de plataforma virtual como son las redes sociales y mensajes de textos del celular, siendo ello incómodo para la mujer que es la agraviada en este caso y el acosador el hombre.

La propagación de información no deseada, esto quiere decir que las personas por intermedio de plataformas virtuales (internet) contactan a personas desconocidas llegando con el tiempo a pensar que son confiables y posteriormente comparten información, fotografías, videos comprometedores por medio del chat, siendo víctimas de engaños, chantajes y hasta de extorsión.

En último lugar los terceros aspectos es la percepción visual que indica que es una composición ocular de un gráfico y logra ser una táctica que sirva para revelar el nexo del equilibrio, la trayectoria y la potencia perceptual que proceden en el mismo y también seguido de la captación del color en donde florece la estimulación de la retina con la luz reconociendo el color (Alberich, Gómez & Ferrer , 2015 p. 41).

Por consiguiente, contiene dos temas, el primero es composición visual teniendo una definición conceptual que engloba los tres elementos que son el equilibrio, la dirección y las fuerzas perceptuales (Alberich, Gómez & Ferrer , 2015 p. 45).

El equilibrio es el poder del mundo físico en cuanto a la percepción visual humana, perciben la orientación del espacio siendo equilibrados o no equilibrados, también se puede agregar que es la destreza del cuerpo con su entorno, teniendo así la costumbre, practica en dos pies sobre el suelo.

La dirección lo que quiere manifestar el autor es que el ser humano como el animal tienen esa noción y no la dificultad en saber su derecha o izquierda, en otras quiere decir que saben dónde se ubican en el espacio.

Las fuerzas perceptuales refieren que todo ser viviente tiene la capacidad de observar

un campo visual de 170 grados de horizontal y 150 grados de vertical con eso quiere indicar que cuando observamos fijamente un punto los demás del espacio se visualiza desenfocado.

Luego el segundo tema que es percepción del color, el mismo que realiza un concepto sobre sus tres elementos que es la luz, la retina y el color (Alberich, Gómez & Ferrer , 2015 p. 59).

La luz, en este elemento el teórico manifiesta que son ondas electromagnéticas un ejemplo es cuando lanzan un objeto contundente en un recipiente lleno de agua y al impactar el líquido en realizar olas siendo eso las ondas en el agua. La luz puede venir también del sol como también de otro objeto luminoso.

La retina es parte del globo ocular, indica que está compuesto por dos tipos de células que a la reacción con la luz tiene una reactivación como una descarga que va dirigido al cerebro.

El color es la idoneidad de todo ser humano para diferenciar las ondas de tonalidades observados como una estimulación, indica que la retina es el que inicia la sistematización de todo el recorrido del proceso llegando al córtex visual en dicha parte se divide en fases llegando así a la percepción de los colores.

Asimismo, algunos teóricos indican algunos conceptos sobre las variables en mención tenemos a Puémape (2018, p. 34), según indica que el mensaje en virtual tiene una predilección a los espectadores, por ese motivo se acepta que la comunicación obtenga una solución rápida por el modo de imágenes y ayuda a conocer de forma veloz.

Como también, Tang (2017, p. 20), indica que los mensajes de publicidad en digitalizado es un instrumento provechoso para el entendimiento de la comunicación, ya que las personas perciben el contenido de los gráficos contribuyendo a percibir de modo práctico.

Agregando también que en la publicidad digital en la imagen se debe evidenciar un mensaje que acceda al público a localizar la indagación que exploraba, ya con eso le ayuda a que sea más sencilla de comprender lo que quiere demostrar (p. 22)

Rovira (2019), En su revista manifiesta que aumentan cada día más los casos del problema social del acoso, y por índice mayor son féminas que han sido víctimas de agresiones conductuales, dichas agresiones fueron ocasionadas por sujetos conocidos como agresores o acosadores. En la actualidad hay un sin límites de comportamientos que podríamos calificarlos como acoso, entre ellos están el acoso cibernético y el acoso callejero. (p. 1).

Según Cruz (2018, p. 21), manifiesta que para realizar un diseño de una publicidad en línea se debe solo tener talento nato y con otro ingrediente que es primordial que es la confianza, luego refiere que los matices o colores deben penetrar al subconsciente del público y también indica que el matiz en la ilustración son componentes fundamentales que refleja conmoción y difunde del modo óptimo el contenido que se quiere demostrar.

La percepción visual, indica Villafaña (2017) es el análisis fijado que la población tiene con el ambiente de su entorno, consiguiendo por la vía de los sentidos y obligados en tener presente los elementos de conglomeración y la actividad de la percepción (p. 17)

La publicidad social manifiesta que es como una conexión publicitaria dichas en otras palabras es la actividad de lograr comunicar de naturaleza terminante, persuasiva, contundente, premeditada que ayuda por intermedio de componentes publicitarios a razones definidas de atracción colectivo y que se proyecta de metas de tendencias no comerciales, explorando impactos que colaboren a un futuro a un tema social (Vilasuso 2015 , p. 31).

Según la OMS (2016), indica que el aprovechamiento carnal o beneficio sexual de un niño conlleva que sea perjudicado por una persona adulta o que tenga más años que la víctima.

La percepción visual según Martínez N. (2009, p.33), tiene como concepto a la percepción visual como que intercede la gran parte de los movimientos o gesticulaciones del individuo, ejecuta; el buen movimiento de la misma apoyando al infante a leer a ejecutar procedimientos de aritméticas y progresar las demás habilidades indispensables para tener celebridad en el labor estudiantil , se respalda

en la creación de nociones, la aceptación de comunicación del planeta tierra, el equilibrio emocional, entre otras.

Según Aivar (2009), indica que la percepción visual acontecerá debido a la señal de la ilustración de índole material, y que es anunciada o difundida por el propósito, en contacto con el sentido ocular y estimaban que el sentido de la visión se realizaba gracias a un inducido, originario de la vista, que proyectaba y aprehender las particularidades del propósito al ingresar en relación con él” (p. 11). “La percepción es un procedimiento cognitivo principal y variado, de este modo acepta a una destacada explicación y entender de la mejor manera el asunto visualizado por medio de los 10 sentidos.

Según Roldan (2013), manifiesta que la observancia desde un punto de la óptica sugerido por Piaget ,advierte que en un inicio es comprobar en qué forma empieza la procreación del procedimiento espiritual psicológico primario. No logrando concebir que la captación si no saben si existe entonces que interrogantes responde la psicología genética, y que la psicología que principalmente conocimiento” (p. 1).

Por otra parte (Knoll , 2014, p.3) En su artículo manifiesta que su investigación sobre la publicidad en las redes sociales se emerge en 7 temas importantes para la sociedad, como la utilización de la publicidad en redes sociales, posturas y exhibición, localización, argumento elaborado por el usuario, publicidad realizada por el consumidor, boca a boca de fluido eléctrico, asimismo indica que hay más temas, pero las mencionadas son las más resaltantes. Otro punto indica que dicho trabajo va ser importante a futuro para las demás investigaciones posteriores.

Asimismo (Hsu- hsein Chi, 2013,p.6) indica sobre la publicidad digital con la sociedad virtual, en esta investigación refiere sobre el consumidor y su intervención en las redes sociales que es el más sonado en el mundo virtual.(Abdallah , 2018) manifiesta que las redes sociales están tomando el poder en el marketing y la publicidades, todo esto se debe a las actualizaciones que hay cada tiempo, ahora la publicidad están en plataformas virtuales por redes sociales y lo hacen con la intención en captar al consumidor para producir la compra de productos. Por otra parte (Taanika , 2020,p.1) en su indagación manifiesta sobre una impresión de la publicidad en redes sociales

y la conducta de la generación Y , el aumento de la publicidad en las plataformas en redes sociales, han observado las grandes empresas que dichas redes han llegado a ser importantes para sus consumidores en especial los millennials.

En cuanto al abuso sexual, se indica a la acción el daño de la libertad sexual de otro individuo. La organización mundial de la salud (OMS, 2018) el abuso sexual cuando una persona, el agresor manosea, acaricia con o sin ropa a un menor de edad, asimismo, como también en besarlos en todo el cuerpo, así como, enseñarle a ver material pornográfico y otro caso cuando se llega a la penetración por la boca llamado sexo oral, vaginal o analmente, todo esto se define con abuso sexual. Está conformada por las siguientes dimensiones: el acoso callejero y el acoso cibernético.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de la investigación

3.1.1.- Tipo de investigación.

Este proyecto es de tipo aplicada, debido que dirige la práctica de los estudios analizados en el marco teórico, generando conocimientos aplicables directamente en los problemas sociales (Lozada, 2014, p.35)

3.1.2.-Diseño de investigación

Presenta un diseño no experimental, porque la investigación presente no manifiesta algún cambio o adulteración de las variables (Salinas, 2012, p.149)

3.1.3.- Nivel de investigación

El trabajo en mención es correlacional, ya que es investigar cómo hay una conexión de las variables que se están empleando y estas deben ser evaluadas y aproximarse la misma unidad de análisis (Soto, 2015, p. 9),

3.1.4.- Enfoque de investigación

La investigación fue de enfoque cuantitativo, conveniente a que los resultados se figuran de apariencia numérica, accediendo su deducción por método de la estadística (Hernández, al et. 2014, p.4)

3.2. Variables y operacionalización

Esta investigación cuenta con 2 variables de las cuales la publicidad social sobre el abuso sexual y la siguiente variable es percepción visual en el personal policial. Asimismo, se indica que la variable debe ser bien definidas para que el investigador o usuarios comprendan su objetivo (Espinoza ,2018, p.47)

Variable 1: Publicidad social:

La publicidad social que es un procedimiento por representaciones por lamina, representación por signos o también gestos y demás componentes gráficos que se confeccionan y se anuncian en la sociedad (García, 2017, p 23).

En cuanto al abuso sexual, sobresale que es importante aumentar los conocimientos y habilidades sobre el abuso sexual para prevenir el abuso sexual. (Rovira 2019, p.15)

Variable 2:

Percepción visual en el personal policial la mente manda por el modo de leyes, los elementos que obtienen por el modo de los conductos sensorio de la percepción en procesamiento, extracción y organización (Alberich, Gómez y Ferrer, 2015, p 41).

Tabla 1 - Reconocimiento de variantes

VARIABLE	CATEGORIA	NATURALEZA	ESCALA
Publicidad social sobre el abuso sexual	Independiente	Cualitativo	Nominal
Percepción visual	Independiente	Cualitativo	Nominal

La operacionalización de variable ha llegado a ser descrito del modo conceptual y estas definiciones me ha concedido a constituir mis dimensiones y posteriormente cada dimensión ha sido propuesta a una definición operacional y que luego me ha proporcionado a extenderme a mis indicadores, teniendo en cuenta que será beneficioso para fabricar el instrumento.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

Arias et al. (2018, p. 201), indica que el poblamiento es una agrupación de componentes que comparte indefinidas características, cualidades, atributos en común y quienes presentan un problema. Por ese motivo se decidió que los habitantes en este estudio son finitos y lo constituye 365 efectivos policiales pertenecientes a la División de Investigación Criminalística del Callao.

3.3.2. Muestra

Hernández, et. al. (2014), indica que visualizara un fragmento del grupo elegido que es una fracción del poblamiento. Se lograría manifestar que se relaciona a la agrupación escogido por sus peculiaridades en común y lleva por nombre poblamiento. (p. 170). En este aspecto podemos indicar que nuestra muestra es de 187 policiales de la DIVINCRI del Callao.

3.3.3. Muestreo

Para Hernández, et. al. (2014) El método de este punto se utilizará para dicha indagación es el muestreo probalístico – aleatorio simple ya que cada individuo de la comunidad tiene exactamente probabilidad de ser escogido (p. 190).

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

N: Población	= 365 Efectivos policiales de la DIVINCRI Callao
Z: Nivelación confianza (95%)(1- α)	= 1.96
p: medidas	= 0.5
q: (1 – p)	= 0.5
e= Margen de error (5%)	= 0.05

Ver anexo número tres: Aproximación de la magnitud de la evidencia

La muestra será de 187 efectivos policiales de la DIVINCRI del Callao

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

3.4.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Según Ruiz (2012), refiere que una técnica usado sería la encuesta para el propósito del estudio de conseguir apuntes (p. 9).

Fricker & Schonlau (2002), apoya que los sondeos hechas en modo online son recomendadas y que de este modo se podrá recolectar datos que hace llegar a mas habitantes (p. 347). Por eso la indagación se efectuará de modo digital ósea on line, por medio de un formulario de google y se adjuntará las 3 piezas graficas realizadas y será mandado vía red social Facebook y WhatsApp.

Por este modo los formularios de los sondeados lograran señalar sus contestaciones y luego de enviar el prontuario se enseñó cortamente de que se convenía dicho sondeos, asimismo de ciertas avisos antes de iniciar a marcar las opciones de las preguntas dando así una respuesta, para ello se realizara en un lenguaje escrito y sencillo y se empleara palabras técnicas consiguiendo un mejor entendimiento de los encuestados para tener un mejor resultado.

3.4.2.- Instrumento

Lorca, Carrera & Casanovas (2016, p. 92), indica que los sondeos en via on line es comprensible para la sociedad en la actualidad porque hoy en día la mayoría de los ciudadanos utilizan el internet y permite el envió de los cuestionarios por vía red.

Es por eso que dicha indagación hace uso del instrumento del cuestionario con

diecisiete preguntas con la escala de Likert y que luego serán escaladas, el instrumento en mención es válido porque se desarrollara el juicio de expertos a tres conocedoras de la materia y luego se comprobara los desenlaces por medio de la prueba binomial.

- (5) Totalmente de acuerdo
- (4) De acuerdo
- (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (1) Totalmente en desacuerdo.

3.4.3. Validación y confiabilidad del instrumento

Se considerará como válido y se realizará el juicio de conocedor a 3 peritos temáticos. La confiabilidad se obtendrá mediante el Alfa de Cron Bach, que indicará que el factor de confiabilidad de la herramienta de cálculo es muy confiable Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 200).

La confiabilidad del instrumento se definió empleando el Alfa de Cronbach, el cual fue adaptado a 365 efectivos policiales del Callao, donde los datos fueron codificados por medio del programa operativo SPSS, que dio como solución de fiabilidad de 0,939. [Ver anexo n°5, n°6, n°7] y eso el instrumento de investigación tiene una fiabilidad de tipo Marcada.

3.5- Procedimientos

Para la elaboración de la investigación se dio un funcionamiento a través de reunir libros digitales, revistas indexadas y tesis todo lo mencionado se obtuvo virtualmente posteriormente la información recogida fue por intermedio por el sitio web de google Forms y luego fue enviado con el permiso del jefe de la DIVINCRI del Callao a sus efectivos policiales, teniendo antes acceso a un listado de su personal con su datos básicos entre ellos se encuentra su Nro de celular (WhatsApp), obtenido por la oficina de administración de la mencionada dependencia Policial, ya teniendo esa información se prosiguió a enviarle un mensaje de cortesía con la explicación indicada de la presentación del estudio y el link de la página de internet del cuestionario

posteriormente logren meterse y argumentar los interrogatorios donde se encuentran las piezas graficas (gráficas (Afiche, tríptico y Volante) , cabe señalar que se envió a 187 efectivos policiales. luego de descargar los apuntes conseguidos de sondeo virtual se surgió a unirlos en el sistema operativo SPSS 25 con el fin de adquirir los resultados de nuestro proyecto de investigación.

3.6- Métodos de análisis de datos

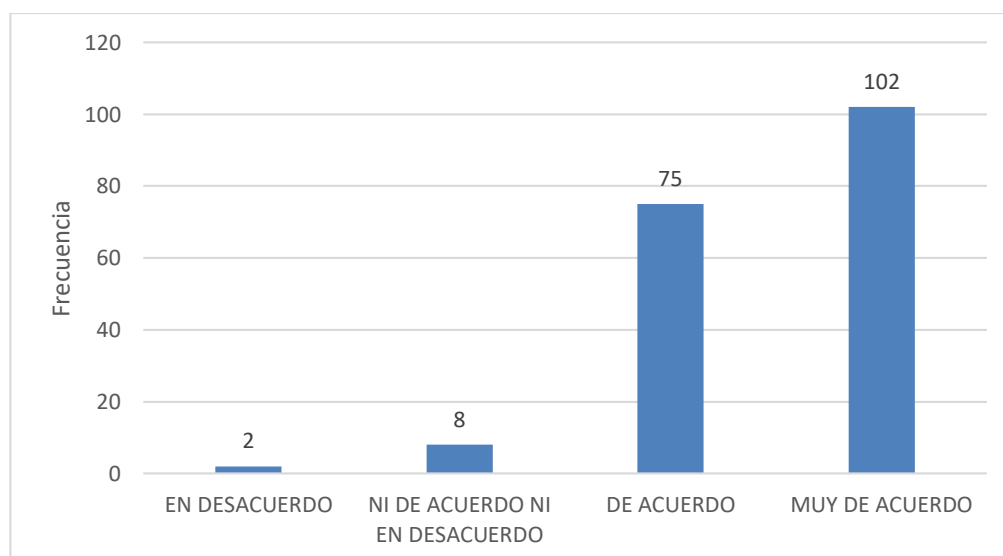
En este punto se usó un programa SPSS 25 y evaluara y corroborara la confiabilidad del sondeo que está integrada por 17 interrogaciones y luego comparar la hipótesis y también para hallar los aspectos estadísticos, gráficos, barras y figuras.

3.6.1.- Análisis Descriptivo:

Se recogió datos a través del instrumento en la cual se asignó a 187 efectivos policiales de la DIVINCRI CALLAO – 2021. Dicho instrumento cuenta con 17 afirmaciones de los cuales 11 referentes son de la primera variable “Publicidad social sobre el abuso sexual” y 6 de la segunda variable “percepción visual” y se explica a continuación los resultados de cada ítem.

Gráfico 1: Barras del ítem 1

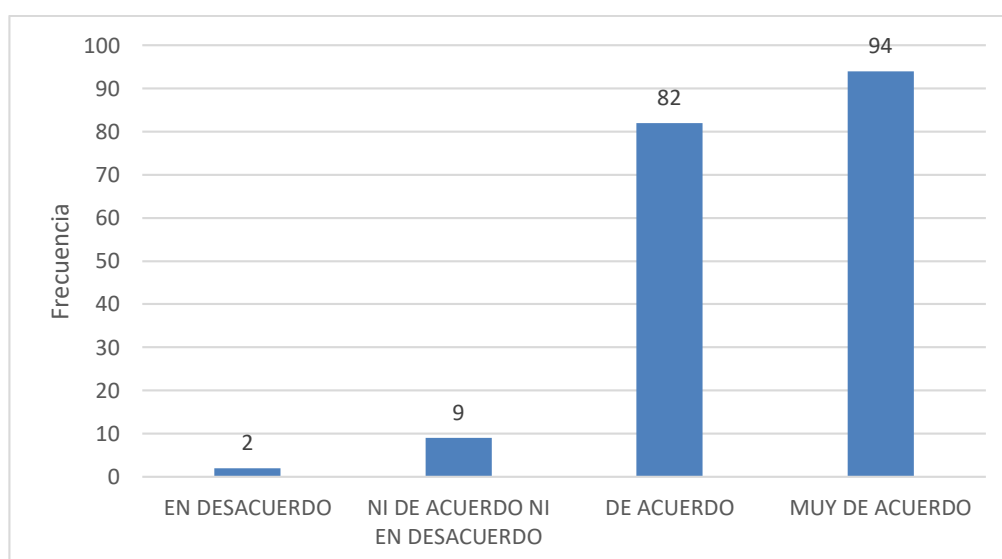
¿La publicidad social del abuso sexual se comprende de la mejor manera?



Interpretación: Como se observa en el gráfico de barras, se determinó que los 187 encuestados: un 1,1% considera en desacuerdo, 4,3 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 40,1% está de acuerdo, mientras que el 54,5% está muy de acuerdo sobre el ítem 1.

Gráfico: Barras del ítem 2

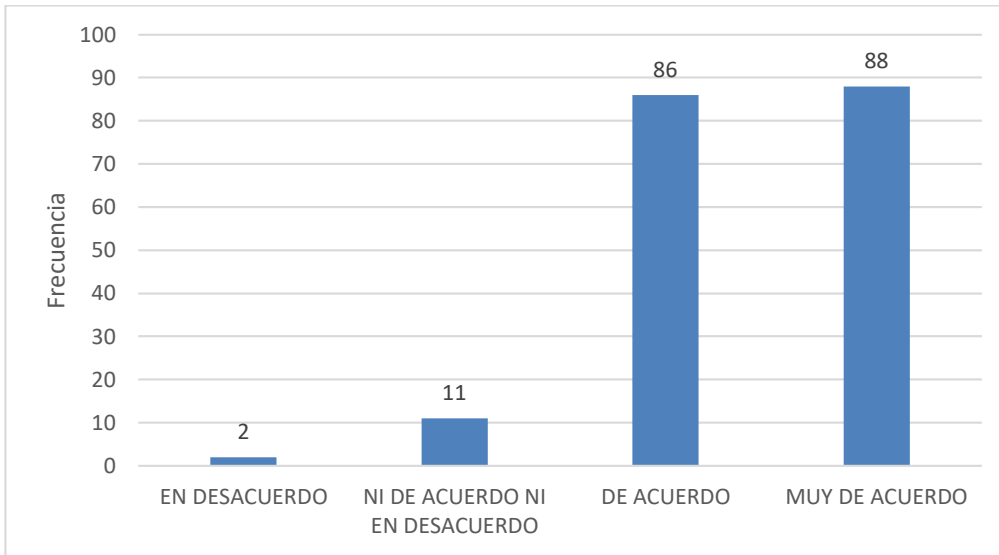
¿Las letras de las piezas graficas (afiche, tríptico y volante) se visualizan adecuadamente?



Interpretación: Como se observa en el gráfico de barras, se determinó que los 187 encuestados: un 1,1% considera en desacuerdo, 4,8 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 43,9% está de acuerdo, mientras que el 50,3% está muy de acuerdo sobre el ítem 2.

Gráfico: Barras del ítem 3

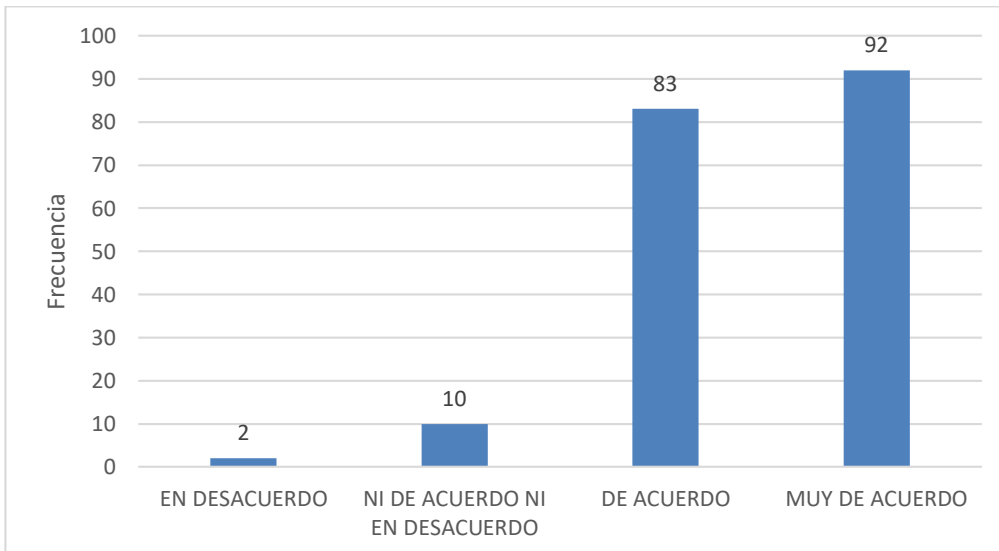
¿La posición que se encuentra el afiche, volante y el tríptico se observa de la mejor manera?



Interpretación: Como se observa en el gráfico de barras, se determinó que los 187 encuestados: un 1,1% considera en desacuerdo, 5,9 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 46,0% está de acuerdo, mientras que el 47,1% está muy de acuerdo que el ítem 3.

Gráfico: Barras del ítem 4

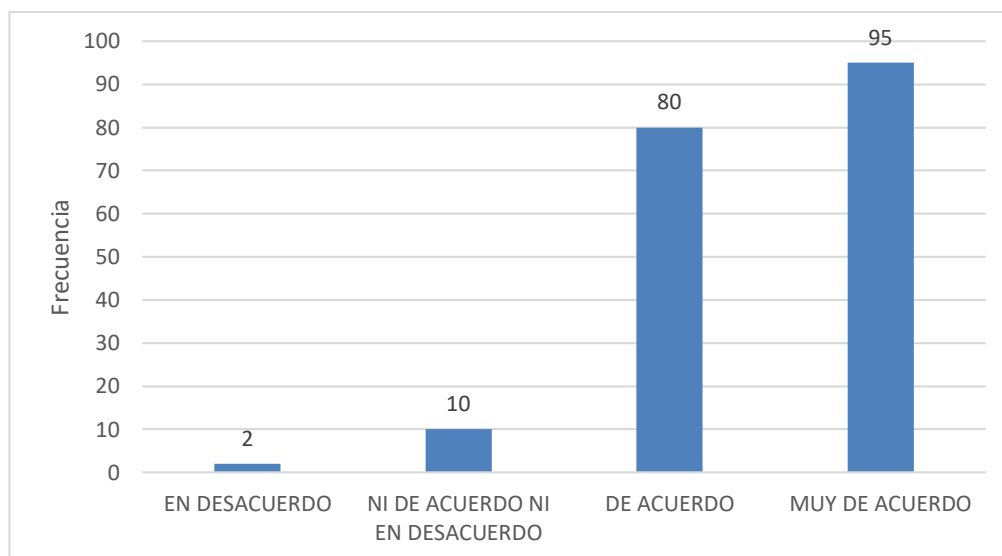
¿Las piezas graficas de la publicidad cuenta con medios visuales que son didácticos y entendibles?



Interpretación: Como se observa en el gráfico de barras, se determinó que los 187 encuestados: un 1,1% considera en desacuerdo, 5,3 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 44,4% está de acuerdo, mientras que el 49,2% está muy de acuerdo con el ítem 4.

Gráfico: Barras del ítem 5

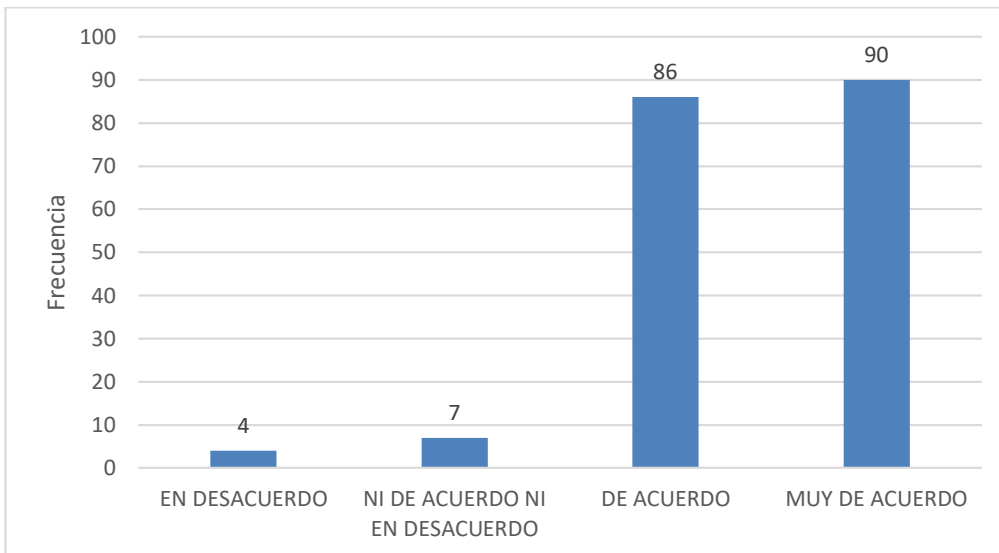
¿Los medios publicitarios (afiche, tríptico y volante) de la publicidad social están bien estructurados para posteriormente su impresión?



Interpretación: Como se observa en el gráfico de barras, se determinó que los 187 encuestados: un 1,1% considera en desacuerdo, 5,3 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 42,8% está de acuerdo, mientras que el 50,8% está muy de acuerdo sobre el ítem 5.

Gráfico: Barras del ítem 6

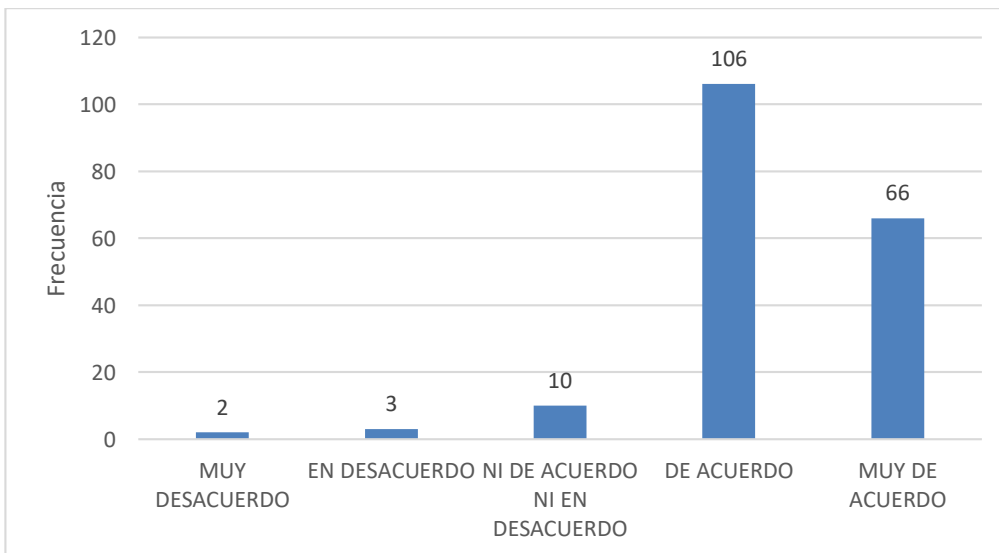
¿La publicidad social tiene la cualidad para que usted pueda identificar el problema social sobre abuso sexual?



Interpretación: Como se observa en el gráfico de barras, se determinó que los 187 encuestados: un 2,1% considera en desacuerdo 3,7 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 46,0% está de acuerdo, mientras que el 48,1% está muy de acuerdo sobre el ítem 6.

Gráfico: Barras del ítem 7

¿A través de la publicidad social logra cumplir la función de captar el mensaje que quiere transmitir?

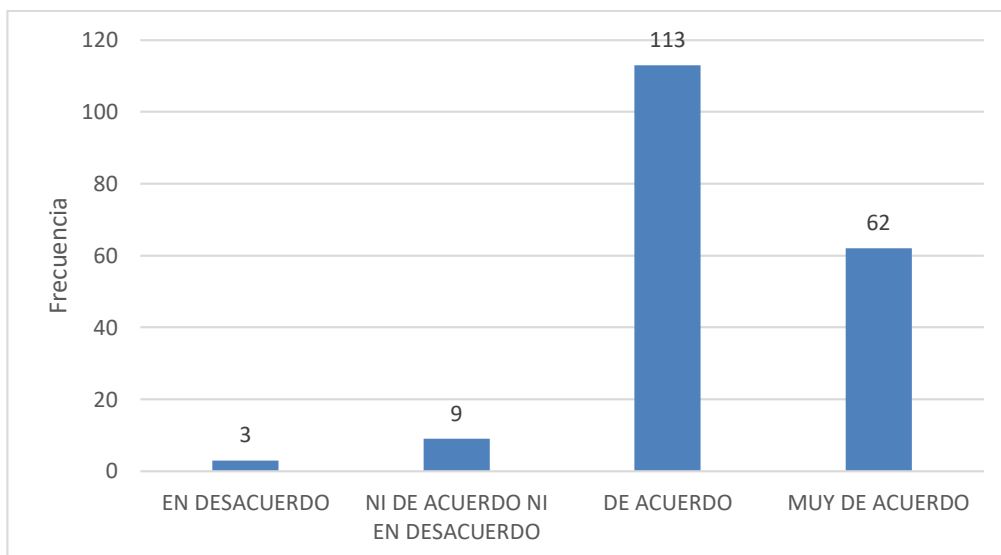


Interpretación: Como se observa en el gráfico de barras, se determinó que los 187 encuestados: un 1,1% considera muy desacuerdo, el 1,6 %considera en desacuerdo, 5,3 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 56,7% está de acuerdo, mientras que el 35,3%

está muy de acuerdo sobre el ítem 7.

Gráfico: Barras del ítem 8

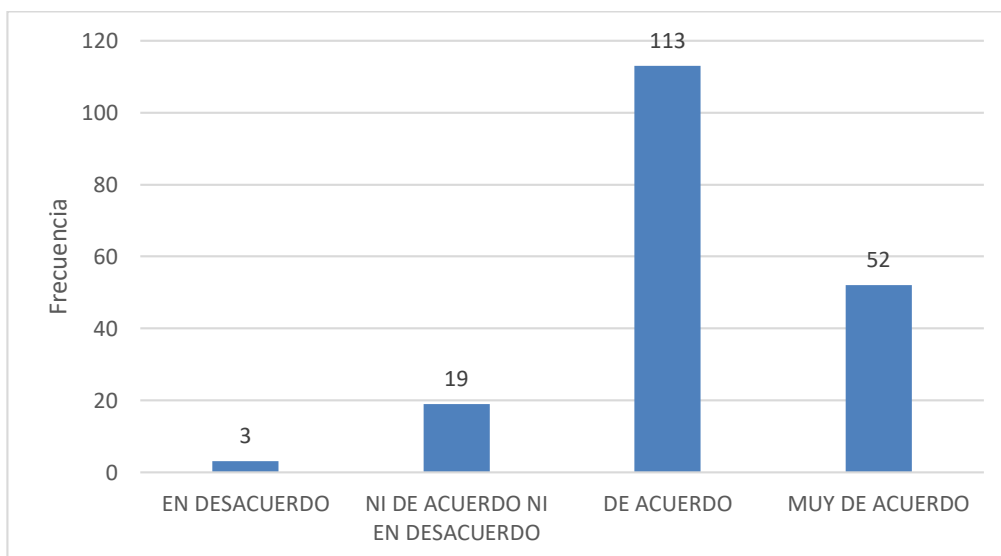
¿En las piezas graficas que se muestran, se entiende que son tocamientos indebidos en las victimas del abuso sexual?



Interpretación: Como se observa en el gráfico de barras, se determinó que los 187 encuestados: un 1,6% considera en desacuerdo, 4,8 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 60,4% está de acuerdo, mientras que el 33,2% está muy de acuerdo sobre el ítem 8.

Gráfico: Barras del ítem 9

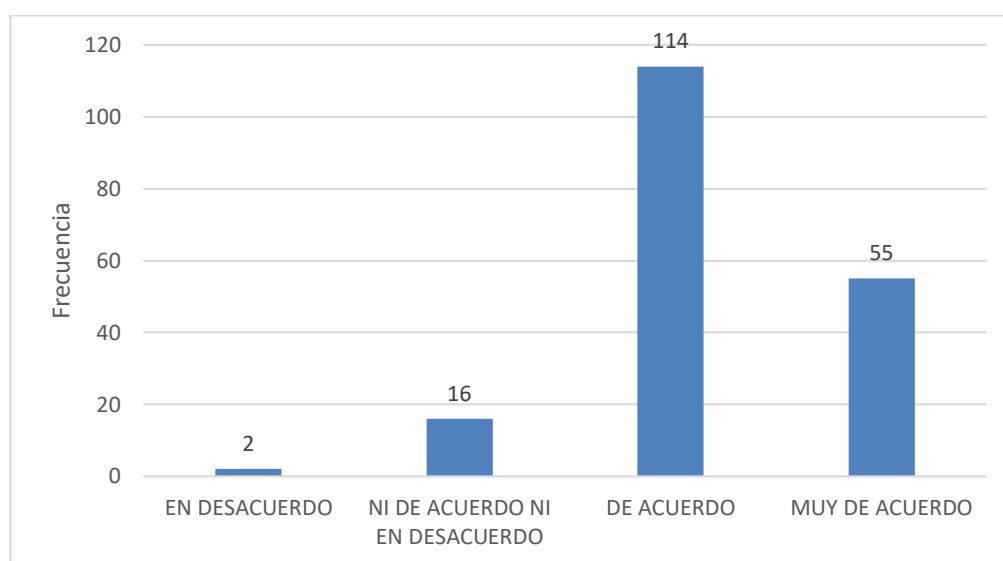
¿La información que otorga el tríptico te indica que el piropo es un aspecto de acoso callejero?



Interpretación: Como se observa en el gráfico de barras, se determinó que los 187 encuestados: un 1,6% considera en desacuerdo, 10,2 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 60,4% está de acuerdo, mientras que el 27,8% está muy de acuerdo sobre el ítem 9.

Gráfico: Barras del ítem 10

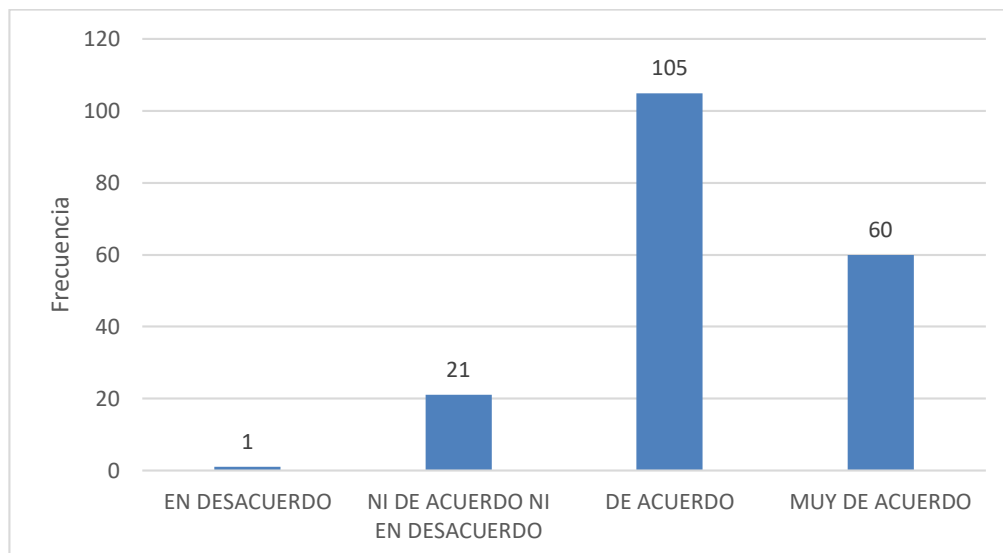
¿El tríptico te proporciona la información adecuada de que no debes recibir mensajes virtuales de desconocidos para evitar el acoso cibernético?



Interpretación: Como se observa en el gráfico de barras, se determinó que los 187 encuestados: un 1,1% considera en desacuerdo, 8,6 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 61,0% está de acuerdo, mientras que el 29,4% está muy de acuerdo sobre el ítem 10.

Gráfico: Barras del ítem 11

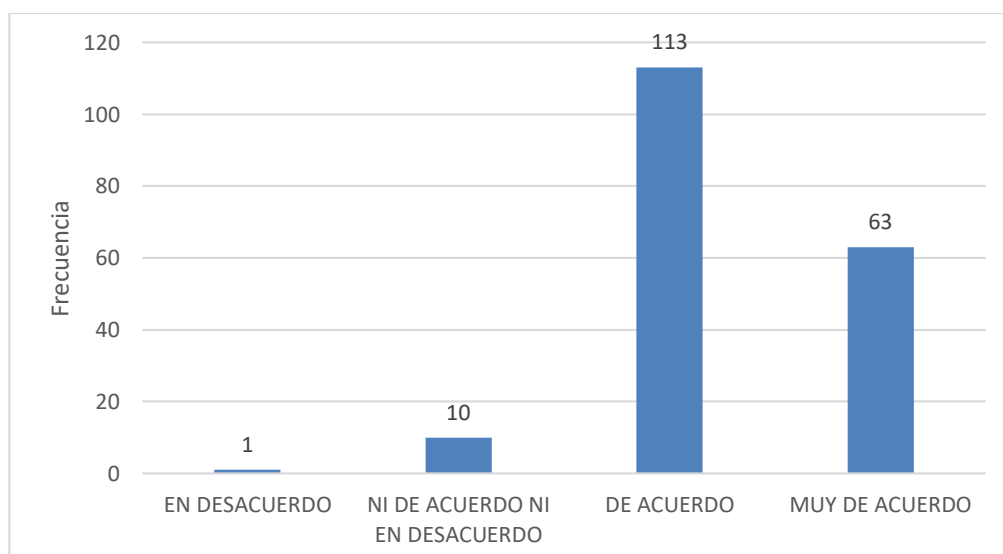
¿La pieza grafica (tríptico) te da entender que propagar alguna información o contenidos personales en el mundo virtual a desconocidos es muy peligroso?



Interpretación: Como se observa en el gráfico de barras, se determinó que los 187 encuestados: un 0,5% considera en desacuerdo, 11,2 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 56,1% está de acuerdo, mientras que el 32,1% está muy de acuerdo sobre el ítem 11.

Gráfico: Barras del ítem 12

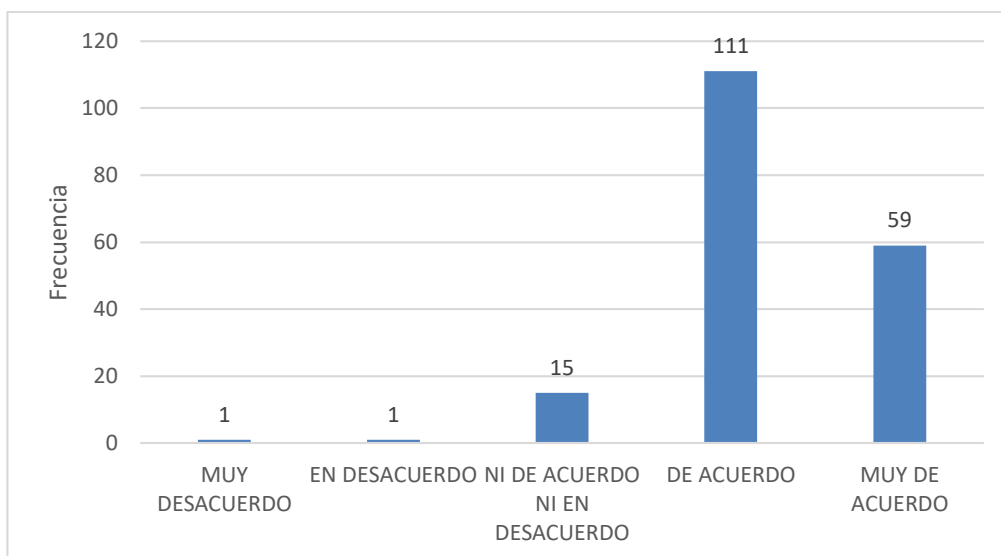
¿La composición visual de las piezas graficas muestra un equilibrio ayudando a entender el concepto del abuso sexual?



Interpretación: Como se observa en el gráfico de barras, se determinó que los 187 encuestados: un 0,5% considera en desacuerdo, 5,3 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 60,4% está de acuerdo, mientras que el 33,7% está muy de acuerdo sobre el ítem 12.

Gráfico: Barras del ítem 13

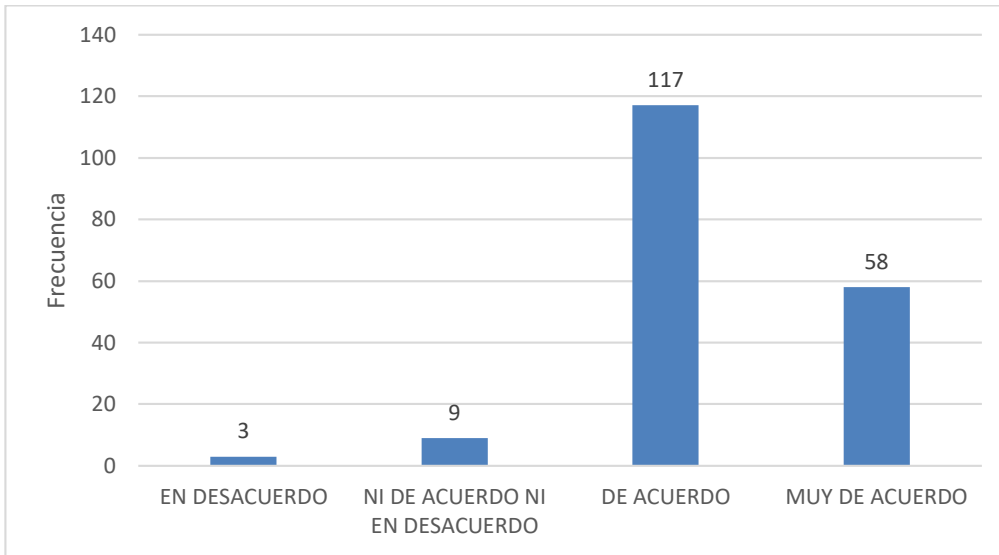
¿La ubicación de las piezas graficas están bien organizadas para una correcta visualización?



Interpretación: Como se observa en el gráfico de barras, se determinó que los 187 encuestados: un 0,5% considera muy desacuerdo, el 0,5 %considera en desacuerdo, 8,0 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 59,4% está de acuerdo, mientras que el 31,6% está muy de acuerdo sobre el ítem 13.

Gráfico: Barras del ítem 14

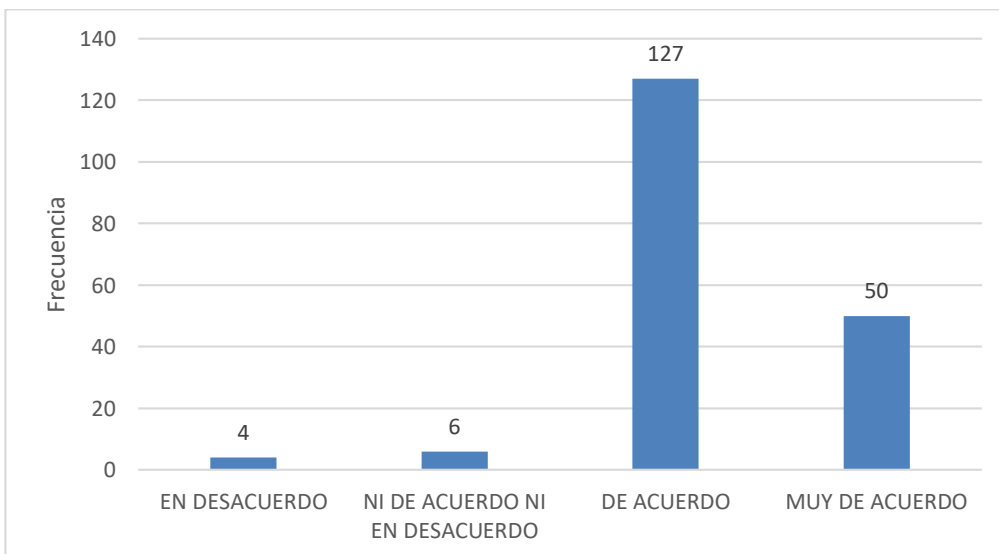
¿En las piezas graficas cree que la ubicación de las imágenes realiza una correcta guía visual para su apreciación?



Interpretación: Como se observa en el gráfico de barras, se determinó que los 187 encuestados: un 1,6% considera en desacuerdo, 4,8 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 62,6% está de acuerdo, mientras que el 31,0% está muy de acuerdo sobre el ítem 14.

Gráfico: Barras del ítem 15

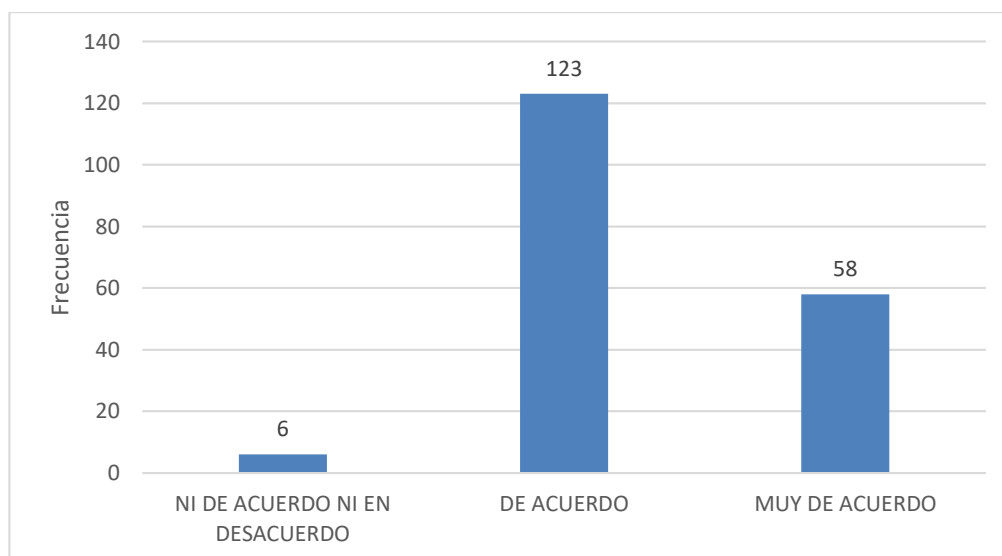
¿Considera que las piezas graficas sobre el abuso sexual a blanco y negro son más impactantes que las de color?



Interpretación: Como se observa en el gráfico de barras, se determinó que los 187 encuestados: un 2,1% considera en desacuerdo, 3,2 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 67,9% está de acuerdo, mientras que el 26,7% está muy de acuerdo sobre el ítem 15.

Gráfico: Barras del ítem 16

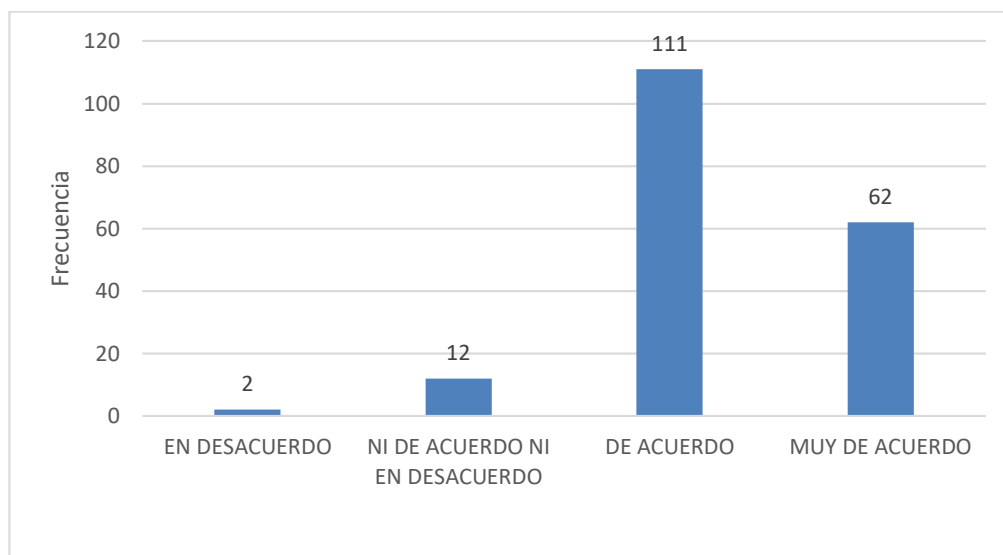
¿Considera que percibir visualmente las piezas gráficas es lo más adecuado para la apreciación del problema social del abuso sexual?



Interpretación: Como se observa en el gráfico de barras, se determinó que los 187 encuestados: Que 3,2 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 65,8% está de acuerdo, mientras que el 31,0% está muy de acuerdo sobre el ítem 16.

Gráfico: Barras del ítem 17

¿el color de la publicidad social sobre el abuso sexual es importante para mostrar el realismo de las imágenes?



Interpretación: Como se observa en el gráfico de barras, se determinó que los 187 encuestados: un 1,1% considera en desacuerdo, 6,4 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 59,4% está de acuerdo, mientras que el 33,2% está muy de acuerdo sobre el ítem 17.

3.6.2.- Análisis Inferencial:

Vamos a verificar la solución de la hipótesis general y específica de esta indagación y para conseguir los desenlaces de las variables y de las dimensiones que están adjuntada a las 2da variable para luego hallar la correlación de las dos, por ello se utilizó Kolmogorov-Smirnov, porque la muestra desarrollada ascienda los 50 sondeados, el valor de significancia fue de 0,000 menor que 0,05, es manifestar que utilizó el Chi cuadrado como estudio no paramétrico para comprobar la semejanza de las variables y manifiesta que es cualitativa con escala nominal.

Tabla 6. Prueba de hipótesis general

H1: Existe una relación entre la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en la percepción visual del personal policial del Callao, 2021.

H0: No existe una relación entre la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en la percepción visual del personal policial del Callao, 2021.

Tabla 7:

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	916,382 ^a	294	,000
Razón de verosimilitud	319,893	294	,143
Asociación lineal por lineal	98,761	1	,000
N de casos válidos	187		

Elaborado en SPSS 25.

Interpretación:

Como el valor de significancia es $0,000 < 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, es decir, que la publicidad social sobre el abuso sexual se relaciona significativamente con la percepción visual del personal policial, Callao 2021. **Eso quiere decir que el personal policial si entendieron la publicidad y tuvieron una buena percepción visual.**

Correlaciones

			Publicidad Social	Percepción Visual
Rho de Spearman	Publicidad Social	Coeficiente de correlación	1,000	,669**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	187	187
	Percepción Visual	Coeficiente de correlación	,669**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	187	187

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Hipótesis Específicas:

La comunicación visual – percepción visual

Hi: Existe una relación entre la comunicación visual y la percepción visual del personal policial del callao, 2021.

Ho: No existe una relación entre la comunicación visual y la percepción visual del personal policial del callao, 2021.

Tabla 8. Tabla de pruebas de chi-cuadrado: La comunicación visual y la percepción visual

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	565,731 ^a	112	,000
Razón de verosimilitud	159,643	112	,002
Asociación lineal por lineal	61,229	1	,000
N de casos válidos	187		

Interpretación: se ve que se halla certeza estadística para que la hipótesis nula (Ho) sea rechazada, por tanto, se acepta la hipótesis de investigación (Hi), ya que el Chi – Cuadrado 0,000 menor a 0.05, por lo tanto, si existe relación entre **la comunicación visual y la percepción visual** del personal policial, Callao 2021. Eso significa que los efectivos policiales que participaron en la encuesta afirman que la comprensión, el texto y la percepción de la publicidad tuvo una buena comunicación.

Correlaciones

		Comunicación visual	Percepción Visual
Rho de Spearman	Comunicación visual		
	Coeficiente de correlación	1,000	,496**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	187	187

Percepción Visual	Coefficiente de correlación	,496**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	187	187

Los medios y formatos – la percepción visual

Hi: Existe una relación entre **los medios - formatos** y la percepción visual del personal policial del callao, 2021.

Ho: **No** existe una relación entre **los medios - formatos** y la percepción visual del personal policial del callao, 2021.

Tabla 9. Tabla de pruebas de chi-cuadrado: Los medios y formatos y la percepción visual

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	340,446 ^a	70	,000
Razón de verosimilitud	138,812	70	,000
Asociación lineal por lineal	52,963	1	,000
N de casos válidos	187		

Interpretación:

Se visualiza que existe evidencia estadística para que la hipótesis nula (Ho) sea rechazada, por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación (Hi), ya que el Chi – Cuadrado 0,000 menor a 0.05, por lo tanto, si existe relación entre el contenido sobre los medios –formatos y la percepción visual del personal policial, Callao 2021. Eso quiere decir que, los efectivos policiales que participaron en la encuesta afirman que entendieron correctamente el medio visual y la estructura de las publicidades.

Correlaciones

			Medios y formatos	Percepción Visual
Rho de Spearman	Medios y formatos	Coeficiente de correlación	1,000	,514**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	187	187
	Percepción Visual	Coeficiente de correlación	,514**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	187	187

El mensaje – la percepción visual

Hi: Existe una relación entre **el mensaje y la percepción visual** del personal policial del callao, 2021.

Ho: No existe una relación entre **el mensaje y la percepción visual** del personal policial del callao, 2021.

Tabla 10. Tabla de pruebas de chi-cuadrado: El mensaje y la percepción visual.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	681,466 ^a	98	,000
Razón de verosimilitud	147,964	98	,001
Asociación lineal por lineal	73,226	1	,000
N de casos válidos	187		

Interpretación:

Se ve que existe evidencia estadística para que la hipótesis nula (Ho) sea rechazada, por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación (Hi), ya que el Chi – Cuadrado 0,000 menor a 0.05, por lo tanto, si existe relación entre el mensaje y la percepción visual del personal policial, Callao 2021. Eso quiere decir que, los efectivos policiales que participaron en la encuesta afirman que entendieron correctamente las

características y las funciones de la publicidad.

Correlaciones

			Mensajes	Percepción Visual
Rho de Spearman	Mensajes	Coeficiente de correlación	1,000	,553**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	187	187
	Percepción Visual	Coeficiente de correlación	,553**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	187	187

3.7- Aspectos éticos.

Lo importante es subrayar que para la realización del trabajo se respetara los aspectos éticos. Por lo cual, cabe indicar el uso del manual APA (American Psychological Association). Se respetará las indicaciones de dicho manual. Así también se usará el Turnitin como sistema de similitud y honradez académica. Se solicitará de manera formal la autorización para la ejecución de las encuestas en forma digital a las personas involucradas, en algunos si hubiera el caso de ser menores de edad se solicitará a sus apoderados siendo la participación de forma voluntaria y anónima. Sólo para fines académicos manteniendo respeto y un trato agradable.

IV. RESULTADOS

Corresponde a las deducciones temáticas de las conclusiones estadísticas del análisis descriptivo e inferencial.

Los resultados obtenidos en la primera pregunta indican que los 187 encuestados: un 1,1% considera en desacuerdo de que la publicidad social del abuso sexual se entiende de la mejor manera, un 4,3 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 40,1% está de acuerdo, mientras que el 54,5% está muy de acuerdo. Se pudo mostrar que la publicidad social del abuso sexual ha tenido un resultado positivo. La publicidad apoyo a los efectivos policiales entendiendo de modo fácil la comunicación que aclara de cómo debemos percibir visualmente, efectivamente la publicidad social sobre el abuso sexual son piezas graficas principales para generar una buena información a los encuestados. Solo muy pocos encuestados (un 1,1%) no estuvieron de acuerdo posiblemente porque no comprendían la publicidad y hay porcentaje elevado **54,5%** que se encuentra muy de acuerdo con la comprensión de las piezas gráficas por la interpretación del tema y otro grupo se encontró muy optimo y de acuerdo 40,1% con el entendimiento de la publicidad, otros un 4,3 % ni de acuerdo ni en desacuerdo probablemente porque desconocen del asunto.

El resultado obtenido en la segunda pregunta menciona que los 187 encuestados: un 1,1% considera en desacuerdo de que las letras de las piezas graficas (afiche, tríptico y volante) se visualizan adecuadamente, un 4,8 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 43,9% está de acuerdo, mientras que el 50,3% está muy de acuerdo que las piezas graficas (afiche, tríptico y volantes) se ven lógicamente. Los desenlaces enseñaron que gran parte del interés de las personas sobre las letras de las piezas graficas (afiche, tríptico y volante) toman un papel muy importante a la imagen que visualizara la información sobre el abuso sexual. Asimismo, la publicidad social es un instrumento importante y capaz para indicar y mostrar a los efectivos policiales sobre asuntos de índole social, el público objetivo dio un resultado positivo de 50,3% al estar muy de acuerdo como también un grupo que estuvo de acuerdo de 43,9%, siendo un lado positivo, asimismo se logró observar que un grupo de encuestado mínimo de 1,1% no se encontrarían de acuerdo con la pregunta porque la letras no se visualizan y

otros grupos del 4,8% no opinan ya que posiblemente se encuentran indecisos.

El resultado obtenido de la tercera pregunta menciona que los 187 encuestados: un 1,1% considera en desacuerdo de que la posición que se encuentra el afiche, volante y el tríptico se observa de la mejor manera, un 5,9 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 46,0% está de acuerdo, mientras que el 47,1% está muy de acuerdo que la posición que se encuentra el afiche, volante y el tríptico se ve de la mejor manera. Las representaciones graficas exhibieron un tema para los policías, en otra palabra de que las piezas gráficas son factibles de observar. siguiendo, la publicidad social sobre el abuso sexual ayuda a los que respondieron la encuesta a observar de modo sencilla la información que se entrega, siendo factible los encuestados respondieron positivamente llegando a estar el porcentaje alto muy de acuerdo de que la colocación de las imágenes, logos y letras estuvieron perfecta para la percepción, otro grupo provechoso y optimo indico estar de acuerdo con el posicionamiento de las piezas gráficas y un 1,1 % del personal policial se encontraron en desacuerdo porque quizás opinan que la posición donde se encuentran las piezas representativas se encuentran mal y otro grupo no opinan ni lo positivo ni lo negativo.

El resultado obtenido de la cuarta pregunta menciona que los 187 encuestados, un 1,1% considera en desacuerdo de que las piezas graficas de la publicidad cuenta con medios visuales que son didácticos y entendibles, un 5,3 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 44,4% está de acuerdo, mientras que el 49,2% está muy de acuerdo que las piezas graficas de la publicidad cuenta con medios visuales que son didácticos y entendibles. La gran parte de los encuestados pudieron observar que las piezas graficas tenían una idea sencilla sobre que es el abuso sexual y sus nuevas modalidades, esto quiere decir que dichas partes representativas de la publicidad social son educacional y deducibles.

El resultado obtenido de la quinta pregunta menciona que los 187 encuestados un 1,1% considera en desacuerdo, de que los medios publicitarios (afiche, tríptico y volante) de la publicidad social están bien estructurados para posteriormente su impresión , un 5,3 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 42,8% está de acuerdo,

mientras que el 50,8% está muy de acuerdo. Es por ello que los encuestados han percibido que dichas piezas graficas se encuentran bien establecidos y no tuvieron dificultad de ver la información sobre el abuso sexual. Es por eso, que las piezas graficas después de haber sido visualizado posteriormente será impreso para tener físicamente las piezas gráficas.

El resultado obtenido de la sexta pregunta menciona que los 187 encuestados, un 2,1% considera en desacuerdo que la publicidad social tiene la cualidad para que usted pueda identificar el problema social sobre abuso sexual, un 3,7 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 46,0% está de acuerdo, mientras que el 48,1% está muy de acuerdo que la publicidad social tiene la cualidad para que usted pueda identificar el problema social sobre el abuso sexual. El proceso del tema social que puede producir la sencillez de captar e instruir y así ganar la atracción de los efectivos policiales. Así mismo, se determinó que hubo buen interés de parte de los encuestados en identificar el abuso sexual.

El resultado obtenido de la séptima pregunta menciona que los 187 encuestados un 1,1% considera muy desacuerdo de que a través de la publicidad social logra cumplir la función de captar el mensaje que quiere trasmitir, el 1,6 %considera en desacuerdo, 5,3 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 56,7% está de acuerdo, mientras que el 35,3% está muy de acuerdo. La mayor parte de encuestados lograron entender la comunicación que se enseñó en la imagen de cómo las nuevas modalidades de abuso sexual, como el acoso cibernético y callejero son importantes.

El resultado obtenido del grafico 8 mencionan que los 187 encuestados, un 1,6% considera en desacuerdo de que en las piezas graficas que se muestran, se entiende que son tocamientos indebidos en las victimas del abuso sexual, 4,8 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, no opinan sobre la pregunta, el 60,4% está de acuerdo, mientras que el 33,2% está muy de acuerdo. De esta manera se entiende que los encuestados que son efectivos policiales de la división de criminalísticas del Callao que en su mayoría de sus respuestas comprenden que en las piezas graficas mostradas que son tocamientos indebidos en las víctimas de abuso sexual, por ello no tuvieron ninguna dificultad en entenderlo.

El resultado obtenido del grafico 9 mencionan que los 187 encuestados, un 1,6% considera en desacuerdo de que la información que otorga el tríptico te indica que el piropo es un aspecto de acoso callejero, 10,2 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 60,4% está de acuerdo, mientras que el 27,8% está muy de acuerdo. Lo que se quiere enseñar es que hay un porcentaje positivo que comprende que el tríptico tiene la facilidad de generar el interés del público investigado, dando entender dicho público que el piropo si es una información del mencionado tríptico. Asimismo, los textos e imágenes muestran una sencilla información para un mejor entendimiento de los efectivos policiales encuestados.

El resultado obtenido del grafico 10 mencionan que los 187 encuestados, un 1,1% considera en desacuerdo de que el tríptico te proporciona la información adecuada de que no debes recibir mensajes virtuales de desconocidos para evitar el acoso cibernético , 8,6 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 61,0% está de acuerdo, mientras que el 29,4% está muy de acuerdo. Es importante tener información de que recibir mensajes virtuales de desconocidos es peligroso, para evitar el acoso cibernético, es por ello que la información del tríptico fue de gran ayuda para los efectivos policiales encuestados y ampliar sus conocimientos sobre el abuso sexual y sus nuevas modalidades

El resultado obtenido del grafico 11 mencionan que los 187 encuestados, un 0,5% considera en desacuerdo, 11,2 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 56,1% está de acuerdo, mientras que el 32,1% está muy de acuerdo que la pieza grafica (tríptico) te da entender que propagar alguna información o contenidos personales en el mundo virtual a desconocidos es muy peligroso. En este análisis podemos referir que la mayoría de los encuestados al responder indicaron que el tríptico se dio a entender lo que quiere manifestar, por lo que no hay problema en ese aspecto, asimismo hay un porcentaje mínimo que no está de acuerdo sobre la pregunta del tema del tríptico y otros que probablemente no saben del tema ya que no están de acuerdo ni desacuerdo.

El resultado obtenido del grafico 12 mencionan que los 187 encuestados, un 0,5% considera en desacuerdo, 5,3 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 60,4% está de

acuerdo, mientras que el 33,7% está muy de acuerdo que la composición visual de las piezas graficas muestra un equilibrio ayudando a entender el concepto del abuso sexual. En el resultado no da a entender que hay una mínima de encuestados que manifiestan que están en desacuerdo posiblemente puede ser porque algunos de los encuestados son de una edad avanzado y no opinan igual que los demás o también puede ser porque desconocen del tema, teniendo un porcentaje elevado de aceptación.

El resultado obtenido del grafico 13 mencionan que los 187 encuestados, un 0,5% considera muy desacuerdo, el 0,5 %considera en desacuerdo, 8,0 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 59,4% está de acuerdo, mientras que el 31,6% está muy de acuerdo que la ubicación de las piezas graficas están bien organizadas para una correcta visualización. Lo resultados mostraron que la mayoría aceptaron que las piezas graficas están bien organizadas para una correcta visualización, tomando una un papel importante las piezas gráficas, hay una parte mínima que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y por último un 0,5% está algo en desacuerdo.

El resultado obtenido del grafico 14 mencionan que los 187 encuestados, un 1,6% considera en desacuerdo, 4,8 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 62,6% está de acuerdo, mientras que el 31,0% está muy de acuerdo que en las piezas graficas cree que la ubicación de las imágenes realiza una correcta guía visual para su apreciación. La ubicación de las imágenes de las piezas graficas tuvo una buena aceptación para los encuestados teniendo un porcentaje optimo y elevado para tener un perfil de lo expresado, un porcentaje mínimo de los encuestados manifiestan en sus respuestas que no se encuentran de acuerdo ya que posiblemente no tiene una noción sobre la correcta guía visual o no tiene problema donde se posicionen las imágenes y otro porcentaje también mínima de los encuestados no se encuentran ni de acuerdo ni desacuerdo probablemente porque no tiene una contestación concreta.

El desenlace obtenido del grafico 15 mencionan que los 187 encuestados, un 2,1% considera en desacuerdo, 3,2 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 67,9% está de acuerdo, mientras que el 26,7% está muy de acuerdo que examinan que las piezas graficas sobre el abuso sexual a blanco y negro son más impactantes que las de

color. El resultado de esta pregunta hecha por los encuestados, manifiestan estar de acuerdo ya que la mayoría de ellas tuvieron aceptación de que las piezas graficas a blanco y negro tiene más impacto que la de colores y otro grupo optimo y positivo se encuentran muy de acuerdo, asimismo hay un mínimo de encuestados que se encuentran en desacuerdo posiblemente porque le agrada las piezas graficas de la publicidad social a colores , por el realismo de dichas imágenes y otro porcentaje mínimo que se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo probablemente logran entender.

El desenlace obtenido del grafico 16 mencionan que los 187 encuestados, que 3,2 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 65,8% está de acuerdo, mientras que el 31,0% está muy de acuerdo que considera que percibir visualmente las piezas graficas es lo más adecuado para la apreciación del problema social del abuso sexual. El resultado de la pregunta de los encuestados refieren que hay un índice elevado y optimo que indican estar de acuerdo con percibir visualmente las piezas graficas es lo más adecuado para su apreciación del problema social del abuso sexual, asimismo hay encuestados que manifiestan está muy de acuerdo ya que consideran que si se observan la publicidad de la mejor manera para una buena apreciación del tema social, hay un grupo mínimo que refieren que se encuentran en ni de acuerdo ni en desacuerdo.

El resultado obtenido del grafico 17 mencionan que los 187 encuestados, un 1,1% considera en desacuerdo, 6,4 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 59,4% está de acuerdo, mientras que el 33,2% está muy de acuerdo que el color de la publicidad social sobre el abuso sexual es importante para mostrar el realismo de las imágenes. El resultado de esta pregunta hecha por los encuestados, manifiestan estar de acuerdo ya que la mayoría de ellas tuvieron aceptación de que el color es importante para las imágenes del problema social dando entender el realismo de ello, hay otro grupo que se encuentra muy de acuerdo ya que las piezas graficas a color son mejor que las de blanco a negro, el 1,1% de los encuestados se encuentran en desacuerdo posiblemente porque le agradan las imágenes a blanco y negro, otro porcentaje ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Correlación de las variables: Publicidad social y La percepción visual

Para la hipótesis general de la indagación logramos a inferir que hallamos la conexión entre ambas variables publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes y la percepción visual del personal policial del Callao, consiguiendo una característica de $0.000 < a 0.05$ repelemos la hipótesis nula y admitimos la hipótesis de la tesis. Por lo que la correlación de Pearson el valor fue de 0,669 que implica a la correlación de la hipótesis general de manera positiva media entre ambas variables , de tal modo se deduce que la indagación realizado se puede colegir que la publicidad social es una tactica que apoya a la percepción visual de los efectivos policiales por medio de representaciones gráficas, comprendiendo el contenido que quiere difundir mediante la información asociada al tema social que es el abuso sexual y lo que la PNP debe percibir visualmente para prevenir el delito.

Correlación específica 1: La comunicación visual – percepción visual

En la exploración de dicha especifica se logró por finiquitar que hallamos una conexión entre la comunicación visual y la percepción visual del personal policial del Callao, alcanzando un significativa de 0.000 menor a 0.05 rehusando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis de la indagación. De la misma forma el vínculo de Pearson es de 0,496, que conlleva al nexo de la hipótesis específica 1 de modo positiva media entre las dos variables (ver en la tabla N° 8). Este trabajo se logra concluir que la comunicación en lo visual es una táctica interviniente en la causa, obteniendo un procedimiento de enseñanza y logrando el interés en los efectivos policiales mediante el uso de piezas gráficas (afiche, tríptico y volante) cambiando un modo de comunicación más transparente y comunicativo sobre lo que se quiere dar a percibir.

Correlación específica 2: **Los medios y formatos – la percepción visual**

De igual modo en esta indagación se pudo finalizar que hallaron un vínculo entre los dos en mención, teniendo una significativa de $0.000 < 0.05$ rehusamos la hipótesis anulada y accedemos la hipótesis del trabajo y la conexión de Pearson es el valor de 0,514 dando una implicancia de un vínculo de la hipótesis específica 2 de un modo óptimo entre la variable y la dimensión (ver en la tabla N° 9). En este trabajo se logró a terminar que los medios y formatos es una táctica que cumple una actuación importante, a la vez es la organización que va obtener una ilustración que ayudara para agradar a los policías PNP de la DIVINCRI- CALLAO.

Correlación específica 3: **El mensaje – la percepción visual**

De esta investigación logramos culminar que hallamos una concordancia entre la variable y la dimensión, elaborando una significativa de $0.000 < a 0.05$ no queriendo la hipótesis anulada y garantizamos la hipótesis de la indagación. Teniendo una concordancia de Pearson del valor de 0,553. Guiando al vínculo de la hipótesis 3 de una forma óptima entre lo manifestado líneas arriba (ver en la tabla N° 10). Por ello esta indagación se logró de terminar que el mensaje es una táctica que ejerce que el contenido se puede captar o percibir por medio de las ilustraciones, porque el proyecto o boceto simboliza una acción que da la sensación de informar algo.

Se señala que la publicidad social es admitida por los efectivos policiales, porque se alcanzó soluciones excelentes en sus contestaciones, de igual importancia se confirma que las teorías propuestas sobre la publicidad social brindan mayor comunicación ante la sociedad. Igualmente, los caballeros de la ley del Callao logran percibir mayor comunicación con las representaciones gráficas, incrementando sus conocimientos y enseñanza para prever el acto sexual.

V. DISCUSION:

Continuando con la investigación, se muestra la discusión donde convocaremos a los teóricos en mención de los antecedentes y posteriormente contrastarlo los resultados de esto teóricos con los seleccionados de este trabajo.

El producto obtenido de la primera pregunta indica que los 187 encuestados, se pudo comprobar que el 102 (54,5%) está muy de acuerdo, 75 (40,1%) está de acuerdo, mientras que un 1,1% considera en desacuerdo y un 4,3 % ni de acuerdo ni en desacuerdo. (ver en el gráfico N° 1). No se pudo encontrar alternativas distintas a las mencionadas ya que se pudo mostrar que la publicidad social del abuso sexual ha tenido un resultado positivo posiblemente por los colores o la tipografía. La publicidad apoyo a los efectivos policiales a comprender de modo simple la averiguación que aclara cómo tenemos que percibir visualmente, efectivamente la publicidad social sobre el abuso sexual son piezas graficas principales para producir una buena averiguación a los encuestados. Comparando estas soluciones con los conseguidos por los antecedentes vamos a tener Aragón (2018, p. 54), que, ante el tema comprensión demuestra que la información otorgada a sido simple de captar, por ese motivo la tipografía apoyo a que lo escrito sea ojeado sin ningún impedimento, de igual importancia los íconos apoyaron a comprender más simple la comunicación de las representaciones graficas que fueron admitido en su indagación debido a que sus encuestados respondieron óptima. Emplea la misma metodología que nuestra no obstante estudia una muestra de 261 alumnado consiguiendo una solución semejante que tenga concordancia con la 1era pregunta, por parte de la estadística descriptiva en la tabla N°6 indica que un 72.8% están muy de acuerdo, un 24.5% está de acuerdo, un 2.3 % están en ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 0.4% se encuentran desacuerdo que la información sobre el acoso escolar fue sencilla de entender

A su vez Travezaño (2017, p. 35), nos indica que alcanzo una percepción positiva notable por la utilización de tácticas formativas, de información y elementos icónicos que comprendieron el interés de los estudiantes. De igual modo se corrobora que la realización de una infografía con un procedimiento educacional que es significativa

para una buena captación.

En la indagación cuantitativa no experimental aplicada y descriptiva que labora con una muestra de 270 alumnos mediante el cálculo descriptivo obtiene en su tabla número 23 que los estudiantes encuestados, un 77% están muy de acuerdo, 23% de acuerdo, que el mensaje de dicha campaña les pareció entendible. Afirmando el autor García. (2017, p. 34), refiere que la publicidad se ha convertido en un moderno sistema para los ciudadanos permitiendo la comprensión por medio de las labores que se muestran a la población a base de representaciones y los distintos medios de comunicación. Tang (2017, p. 20), indica que la difusión en virtual y es un instrumento de provecho para el entendimiento de una indagación, ya que los espectadores entienden el aviso en las ilustraciones apoyándose a percibir de una forma fácil.

En conclusión: De acuerdo a lo mencionado la publicidad social es fundamental para que los efectivos policiales logren comprender de modo sencillo la información que quiere dar a entender.

El resultado obtenido en la segunda pregunta menciona que los 187 encuestados: se pudo comprobar que un 1,1% considera en desacuerdo de que las letras de las piezas gráficas (afiche, tríptico y volante) se visualizan adecuadamente, un 4,8 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 43,9% está de acuerdo, mientras que el 50,3% está muy de acuerdo que las piezas gráficas (afiche, tríptico y volantes) se visualizan adecuadamente, (ver en el gráfico N° 2). No logro encontrarse alternativas distintas a las referidas, tomando un papel muy importante los textos sobre la información del abuso sexual para los encuestados. Al respecto Barrera (2020, p. 20) emplea la idéntica sistema que nuestro estudio e instruye un muestrario de 53 jóvenes, consiguiendo un rendimiento semejante ya sea congruente con vuestra segunda interrogación por medio de los cálculos descriptiva de la tabla de frecuencia N° 2, que el 46% lo considera de acuerdo, el once % está en desacuerdo, el nueve % está totalmente en desacuerdo y el 20% está ni de acuerdo, ni en desacuerdo que las letras del afiche se vieron adecuadamente. A su vez Travezaño (2017, p. 29) Tiene el mismo trabajo que vuestro y tiene una muestra mayor que nuestra muestra que es de 270 alumnos de una institución educativa, por medio de la estadística descriptiva tiene en su tabla N°7 de que los estudiantes encuestados que el 72.6 % lo considera muy acuerdo y el 27.4% lo considera de acuerdo que el tipo de letra es apropiado para la infografía. Pinedo (2018, p. 36) La indagación similar a la nuestra, pero estudia

una muestra de 278 siendo mayor que la nuestra de un colegio educativa de Comas, obteniendo resultados similares con nuestra segunda pregunta por medio de las estadísticas descriptivas en la tabla N°13, que el 44.6% lo considera de acuerdo, el 38.5% está totalmente de acuerdo y el 16.9% está ni de acuerdo, ni en desacuerdo que los tipos de letra que presenta la infografía son legibles. García (2016, p. 24). Manifiesta en los textos de toda información de una publicidad o piezas graficas debe ser claro y conciso, ya que originan una mayor parte de impacto ocasionando un predilección a las personas destinadas. En conclusión: De acuerdo a lo mencionado la publicidad social es fundamental para que los efectivos policiales logren visualizar los textos porque es primordial para captar la atención y que sean recordados y comprensibles.

El resultado obtenido de la tercera pregunta menciona que los 187 encuestados: se pudo comprobar que un 1,1% considera en desacuerdo de que la posición que se encuentra el afiche, volante y el tríptico se observa de la mejor manera, un 5,9 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 46,0% está de acuerdo, mientras que el 47,1% está muy de acuerdo que la posición que se encuentra el afiche, volante y el tríptico se observa de la mejor manera, (ver en el gráfico N° 3). No pudo hallarse opciones desiguales a las indicadas, ayudando a los encuestados a observar de manera sencilla la información que se muestra. Al respecto, Medina (2018, p. 37) usa similar táctica que nuestra tesis, posteriormente formación un muestrario de 273 jóvenes, consiguiendo una solución semejante que coincide con vuestra 3era interrogación por medio de la estadística descriptiva de la tabla de frecuencia N° 8, que el noventa y ocho, seis% indico estar muy de acuerdo y de acuerdo con las posiciones elegidas para ubicar las imágenes son las correctas, un 0,7% estuvo indeciso, mientras que un 0,7 estar totalmente en desacuerdo que las posiciones elegidas para ubicar las imágenes son las correctas. A su vez Asencio (2018, p. 31) Similar trabajo y tiene una muestra mayor que nuestra muestra que es de 271 alumnos de una institución educativa, por medio de la estadística descriptiva tiene en su tabla N°10 de que los estudiantes encuestados que un sesenta y dos ,cuatro % de alumnos están totalmente de acuerdo, veinte y seis, nueve % está de acuerdo, mientras que ocho ,cinco% está algo de acuerdo y solo el dos,dos% está en desacuerdo. Por otro lado Villafana (2017, p. 17). es el análisis fijado que tiene la población con el espacio de

su entorno, consiguiendo por la vía de los sentidos y debemos tener en cuenta los elementos de conglomeración y las dinámicas de la percepción. En conclusión: Es por ello que las piezas graficas deben estar percibidos por el público objetivo para mayor interés y pueda ser aceptado.

El resultado obtenido de la cuarta pregunta menciona que los 187 encuestados, se pudo comprobar que un 1,1% considera en desacuerdo de que las partes representativas de la difusión que cuenta con elementos ópticos que son educacional y comprensibles , un cinco, tres % ni de acuerdo ni en desacuerdo, cuarenta y cuatro, cuatro % están de acuerdo, mientras que el 49,2% está muy de acuerdo que las partes graficas de la difusión tiene con medios ópticos instructivos y deducibles , (ver en el gráfico N° 4). No se pudo lograr hallar opciones distintas a las referidas, observando que las piezas graficas tenían una idea sencilla sobre que es el abuso sexual y sus nuevas modalidades. Al respecto Barrera (2020, p. 19) Aplica una parecida metodología que la nuestra, no obstante, instruye un muestrario de cincuenta y tres jóvenes, alcanzando un desenlace similar con vuestra 2da interrogante por medio de estadísticas descriptivas de la tabla número 1, que el treinta y cuatro % de los adolescentes están totalmente de acuerdo que son importantes los gráficos que se muestran en el afiche, el treinta y nueve % están de acuerdo , el dieciocho % está ni de acuerdo ni desacuerdo, el cinco % se encuentran en desacuerdo y el cuatro % en totalmente desacuerdo . A su vez Berrospide (2020, p. 23) En su trabajo de investigación idéntico a vuestra y tiene un muestrario menor que nuestra muestra que es de 108 adultos de la edad de veinticinco a treinta y cinco años de Lima por modo descriptivo tiene su lamina número 3 de que los ciudadanos sondeados. El diecinueve, cuarenta y cuatro % personas tiene un pregunta imparcial , un cincuenta % está de acuerdo y un treinta , cincuenta y seis comunitarios está totalmente de acuerdo . Calderón (2016, p. 60) manifiesta que para desarrollar una campaña es primordial la opción de los medios de lo que estimamos a dar a notarse el anuncio como también el diseño donde introduciremos los graficos seleccionadas, las armonías de los colores que se implementan y entre otros elementos. Asimismo (García, 2016, p. 45) indica que los medios visuales son lo que están relacionados con todo aquello que contenga imagen en otras palabras utiliza un lenguaje icónico. En conclusión, una publicidad debe de tener un medio visual deducible.

El resultado obtenido de la quinta pregunta menciona que los 187 encuestados se pudo comprobar que un 1,1% considera en desacuerdo, de que los medios publicitarios (afiche, tríptico y volante) de la publicidad social están bien estructurados para posteriormente su impresión , un 5,3 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 42,8% está de acuerdo, mientras que el 50,8% está muy de acuerdo que los medios publicitarios (afiche, tríptico y volante) de la publicidad social está bien estructurados para posteriormente su impresión. Los encuestados han percibido que dichas piezas graficas se encuentran bien establecidos y no tuvieron dificultad de ver la información sobre el abuso sexual. Es por eso, que las piezas graficas después de haber sido visualizado posteriormente será impreso para tener físicamente las piezas gráficas. Al respecto Travezaño (2017, p. 31) En su trabajo semejante y tiene una muestra mayor que nuestro muestrario que es de 270 alumnos de una institución educativa, es descriptivo tiene en su tabla N°7 de que los estudiantes encuestados que el 72.6 % lo considera muy acuerdo y el 27.4% lo considera de acuerdo que la construcción es apropiada para la infografía. A su vez García (2017, p. 09). Manifiesta que los gráficos de difusión son seguros y renovadores que arriban a ser seducidos por el planteamiento de la base publicitaria para luego ser impresos. En conclusión, es significativo la composición grafica de las piezas gráficas para posteriormente ya estructurado sea impreso para que sea palpado por el público objetivo.

El resultado obtenido de la sexta pregunta menciona que los 187 encuestados, se pudo comprobar que un 2,1% considera en desacuerdo que la publicidad social tiene la cualidad para que usted pueda identificar el problema social sobre abuso sexual, un 3,7 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 46,0% está de acuerdo, mientras que el 48,1% está muy de acuerdo que la publicidad social tiene la cualidad para que usted pueda identificar el problema social sobre el abuso sexual, generando la facilidad de comprender lo que se quiere enseñar y así ganar el interés de los efectivos policiales. Al respecto Barrera (2020, p. 22) emplea una idéntica táctica que nuestro estudio, pero estudia un muestrario de cincuenta y tres jóvenes, consiguiendo una solución casi igual que se relacione con vuestra 2da interrogación por modo del calculo descriptivo. El nueve % examina totalmente de acuerdo que la posición del afiche es correcta, el cincuenta y dos % esta desacuerdo, el veinte nueve estas ni de acuerdo ni desacuerdo, el siete % está en desacuerdo y el tres % totalmente desacuerdo. A

su vez: Mientras Vélez (2019, p. 26) manifiesta que varias formas visuales, tienen características, un contenido con elementos visuales. Conclusión es primordial que unos mensajes de una publicidad tengan varias características que pueda anunciar con elementos gráficos de aspecto visual como texturas, imágenes, colores entre otros.

El resultado obtenido de la séptima pregunta menciona que los 187 encuestados se pudo comprobar que un 1,1% considera muy desacuerdo de que a través de la publicidad social logra cumplir la función de captar el mensaje que quiere transmitir, el 1,6 %considera en desacuerdo, 5,3 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 56,7% está de acuerdo, mientras que el 35,3% está muy de acuerdo que a través de la publicidad social logra cumplir la función de captar el mensaje que quiere transmitir, pudiendo entender la aclaración que se enseñó en la imagen de cómo las nuevas modalidades de abuso sexual, como el acoso cibernético y callejero son importantes.

Al respecto Asencios (2018, p. 33) semejante investigación y tiene una muestra mayor que nuestra muestrario que es de 271 alumnos de una institución educativa, mediante la estadística descriptiva de que los estudiantes encuestados que un sesenta y ocho, tres% de alumnos están totalmente de acuerdo, veintiuno , cuatro % está de acuerdo, mientras que ocho ,uno% está algo de acuerdo, solo el uno , cinco % está en desacuerdo y solo un cero , siete% están en total desacuerdo . Pinedo (2018, p. 35) investigación similar, pero estudia una muestra de 278 siendo mayor que la nuestra de una institución educativa del distrito de Comas, obteniendo resultados similares con nuestra segunda pregunta por medio de las estadísticas descriptivas en la tabla N°11, que el 48.6% lo considera de acuerdo, el 32.% está totalmente de acuerdo y el 18.3% está ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 1.1 % en desacuerdo que los tipos de letra que presenta la infografía son legibles. Mientras García (2016, p. 51) refiere que toda función de las piezas graficas debe cumplir con su objetivo que es transmitir un mensaje. Conclusión es primordial que el mensaje de una publicidad tenga la función de dar entender a nuestro público objetivo.

El resultado obtenido de la pregunta N° 8 mencionan que los 187 encuestados, un 1,6% considera en desacuerdo de que en las piezas graficas que se muestran, se entiende que son tocamientos indebidos en las victimas del abuso sexual, 4,8 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, no opinan sobre la pregunta, el 60,4% está de acuerdo,

mientras que el 33,2% está muy de acuerdo que en las piezas graficas que se muestran, se entienden que son tocamientos indebidos en las victimas del abuso sexual. Dichos efectivos policiales de la división de criminalísticas del Callao que en su mayoría de sus respuestas comprenden que en las piezas graficas mostradas que son tocamientos indebidos. Al respecto Barrera (2020, p. 23) análogo indagacion, pero estudia un muestrario de 53 jóvenes, recibiendo una conclusión semejante que coincide con vuestra segunda pregunta por medio de la estadística descriptiva, que el doce% está totalmente de acuerdo en haber sido víctima en la calle de tocamientos indebidos, el treinta % está de acuerdo en haber pasado por un suceso así, el trece % está ni de acuerdo, ni en desacuerdo, el veintinueve% está en desacuerdo y el 16% está totalmente en desacuerdo. Mientras Rovira (2019, p. 1) En su revista psicología y mente manifiesta que aumentan cada dia mas los casos del problema social del acoso, y por índice mayor son féminas que han sido víctimas de agresiones conductuales, dichas agresiones fueron ocasionadas por sujetos conocidos como agresores o acosadores. En la actualidad hay un sin límites de comportamientos que podríamos calificarlos como acoso, entre ellos están el acoso cibernético y el acoso callejero. En conclusión, el mensaje de las piezas graficas es prevenir los delitos de abuso sexual teniendo más conocimiento de las nuevas modalidades.

El resultado obtenido de la pregunta N°9 mencionan que los 187 encuestados, un 1,6% considera en desacuerdo de que la información que otorga el tríptico te indica que el piropo es un aspecto de acoso callejero, 10,2 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 60,4% está de acuerdo, mientras que el 27,8% está muy de acuerdo que la información que otorga el tríptico te indica que el piropo es un aspecto de acoso callejero. Los textos e imágenes muestran una sencilla información para un mejor entendimiento de los efectivos policiales encuestados.

Al respecto Barrera (2020, p. 24) utiliza idéntica indagación, pero estudia un muestrario de 53 jóvenes, alcanzando una solución semejante que coincide con vuestra 2da interrogación por medio del calculo descriptiva de la tabla N° 6, que el cuarenta y cinco % están totalmente de acuerdo con la pregunta, el treinta y dos % esta de acuerdo , el dieciséis esta ni de acuerdo ni desacuerdo, el cuatro % se considera en desacuerdo y el tres % esta totalmente en desacuerdo. Mientras Rovira (2019, p. 1) En su revista psicología y mente manifiesta que aumentan cada día más los casos del problema social del acoso, y por índice mayor son féminas que han sido

víctimas de agresiones conductuales, como el acoso callejero con palabras ofensivas que tiene como definición piropos.

En conclusión, el mensaje de las piezas graficas es prevenir los delitos de abuso sexual teniendo más conocimiento de las nuevas modalidades como el acoso callejero que tiene en uno de sus indicadores el piropo.

El resultado obtenido de la pregunta N° 10 mencionan que los 187 encuestados , un 1,1% considera en desacuerdo de que el tríptico te proporciona la información adecuada de que no debes recibir mensajes virtuales de desconocidos para evitar el acoso cibernético , 8,6 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 61,0% está de acuerdo, mientras que el 29,4% está muy de acuerdo. No se encontró opciones diferentes a las mencionadas. Al respecto Barrera (2020, p. 25) utiliza homogénea investigación, pero estudia una demostración de 53 jóvenes, logrando un resultado idéntico que concilie con nuestra 2da interrogación por medio del recuento descriptivo de la tabla de frecuencia N° 10, que el cuarenta ocho % está totalmente de acuerdo, el treinta % esta de acuerdo, el siete % se considera ni de acuerdo ni en desacuerdo, el siete % en desacuerdo y un once % esta totalmente en desacuerdo. Mientras Rovira (2019, p. 1) En su revista psicología y mente manifiesta que aumentan cada día más los casos del problema social del acoso, y por índice mayor son féminas que han sido víctimas de agresiones conductuales, como el acoso callejero con palabras ofensivas que tiene como definición piropos.

En conclusión, el mensaje de las piezas graficas es prevenir los delitos de abuso sexual teniendo más conocimiento de las nuevas modalidades como el acoso cibernético que tiene en uno de sus indicadores mensajes constantes.

El resultado obtenido de la pregunta N° 11 mencionan que los 187 encuestados, un 0,5% considera en desacuerdo, 11,2 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 56,1% está de acuerdo, mientras que el 32,1% está muy de acuerdo que la pieza grafica (tríptico) te da entender que propagar alguna información o contenidos personales en el mundo virtual a desconocidos es muy peligroso. Al respecto Barrera (2020, p. 26) utiliza ídem indagación, pero estudia un muestrario de 53 jóvenes, adquiriendo un rendimiento que coincida con nuestra octava pregunta por medio de la estadística descriptiva de la tabla de frecuencia N° 11, que el cuarenta y cinco % esta totalmente de acuerdo ,

el veinte y ocho % esta de acuerdo , el catorce % se considera ni de acuerdo ni desacuerdo, el dos % está en desacuerdo y once % se considera totalmente en desacuerdo . Mientras Rovira (2019, p. 1) En su revista psicología y mente manifiesta que aumentan cada día más los casos del problema social del acoso, y por índice mayor son féminas que han sido víctimas de agresiones conductuales, como el acoso callejero con palabras ofensivas que tiene como definición piropos.

En conclusión, el mensaje de las piezas graficas es prevenir los delitos de abuso sexual teniendo más conocimiento de las nuevas modalidades como el acoso cibernético que tiene en uno de sus indicadores la propagación de información no deseada.

El resultado obtenido de la pregunta N° 12 mencionan que los 187 encuestados, un 0,5% considera en desacuerdo, 5,3 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 60,4% está de acuerdo, mientras que el 33,7% está muy de acuerdo que la composición visual de las piezas graficas muestra una estabilización apoyando a entender la noción del abuso sexual. Medina (2018, p. 40) semejante estudio, pero estudia una muestra de 273 jóvenes, teniendo una solución equivalente que conforme con vuestra 3era ítem por modo de cálculos descriptivos, el noventa y siete, cinco % está muy de acuerdo, un cero, siete % está indeciso, y un, ocho % no está de acuerdo. Choque (2017, p. 26) maneja casi igual indagación y tiene un muestrario de doscientos setenta y tres jóvenes, alcanzando una conclusión semejante que armonice con vuestra 3era ítem por intermedio de cálculos estadísticos , el noventa y siete , cinco % está de acuerdo y, un cero, siete% indico estar indeciso, mientras que el uno, ocho % manifiesta no estar de acuerdo. (Alberich, Gómez & Ferrer , 2015 p. 45).El equilibrio es el poder del mundo físico en cuanto a la percepción visual humana, perciben la orientación del espacio siendo equilibrados o no equilibrados, también se puede agregar que es la destreza del cuerpo con su entorno, teniendo así la costumbre, practica en dos pies sobre el suelo. En conclusión, para producir tendencia de los ciudadanos como también dar importancia el equilibrio que uno quiere enseñar a motivo que el diseño es importante ya que no tiene una buena base puede obtener rumores negativos.

El resultado obtenido de la pregunta N° 13 mencionan que los 187 encuestados, un 0,5% considera muy desacuerdo, el 0,5 %considera en desacuerdo, 8,0 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 59,4% está de acuerdo, mientras que el 31,6% está muy de acuerdo que la ubicación de las piezas graficas están bien organizadas para una correcta visualización. Travezaño (2017, p. 35) En su trabajo similar a vuestro tiene un muestrario mayor que nuestra muestra que es de 270 alumnos de una institución educativa, mediante la estadística descriptiva de que los estudiantes encuestados que el 73.3% lo considera muy acuerdo y el 26.7% lo considera de acuerdo que la posición que se encuentra cada elemento. Medina (2018, p. 37) misma investigación, pero estudia un muestrario de 273 jóvenes, adquiriendo un resultado semejante que coincida con vuestra 3er pregunta por medio de la estadística descriptiva de la tabla de frecuencia N° 9, que el noventa y siete, cinco % mostro estar muy de acuerdo y de acuerdo con el asunto del grafico muestra diseños en una guia para su precisa interpretación son las correctas, un, ocho % estuvo dudoso, mientras el cero, siete % manifestó estar totalmente en desacuerdo. (Alberich, Gómez & Ferrer, 2015 p. 45). La dirección lo que quiere manifestar el autor es que el ser humano como el animal tienen esa noción y no la dificultad en saber su derecha o izquierda, en otras quiere decir que saben dónde se ubican en el espacio. En conclusión las direcciones de las piezas gráficas dan la ubicación que están bien organizadas para una correcta visualización para el público objetivo.

El resultado obtenido de la pregunta N° 14 mencionan que los 187 encuestados, un 1,6% considera en desacuerdo, 4,8 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 62,6% está de acuerdo, mientras que el 31,0% está muy de acuerdo que en las piezas graficas cree que la ubicación de las imágenes realiza una correcta guía visual para su apreciación. Choque (2017, p. 26) tiene idéntico investigación , pero estudia una muestra de 273 jóvenes, teniendo un resultado similar que concuerde con nuestra tercera pregunta por medio de la estadística de cálculo de la tabla de frecuencia N° 09, que un cuarenta y seis .siete % de alumnos están de muy de acuerdo, un cuarenta y siete . uno % están de acuerdo, cuatro % están en ni de acuerdo ni en desacuerdo y un dos. dos% están en desacuerdo. Travezaño (2017, p. 30) semejante trabajo y tiene una muestra mayor que nuestra muestra que es de 270 alumnos de una institución educativa, mediante la estadística descriptiva tiene en su tabla N°9 de que

los estudiantes encuestados que el 71.9% lo considera muy acuerdo y el 28.1% lo considera de acuerdo que el contenido es preciso. (Alberich, Gómez & Ferrer , 2015 p. 45).

Las fuerzas perceptuales refieren que todo ser viviente tiene la capacidad de observar un campo visual de 170 grados de horizontal y 150 grados de vertical con eso quiere indicar que cuando observamos fijamente un punto los demás del espacio se visualiza desenfocado. En conclusión, las fuerzas perceptuales o la guía visual de las piezas gráficas dan la ubicación que están bien organizadas para una correcta visualización para el público objetivo.

El resultado obtenido de la pregunta N° 15 mencionan que los 187 encuestados, un 2,1% considera en desacuerdo, 3,2 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 67,9% está de acuerdo, mientras que el 26,7% está muy de acuerdo que considera que las piezas gráficas sobre el abuso sexual a blanco y negro son más impactantes que las de color. Cárdenas (2018, p. 30) igual cometido y tiene una muestra mayor que nuestra muestra que es de 270 alumnos de una institución educativa, mediante la estadística descriptiva tiene en su tabla N°9 de que los estudiantes encuestados que el 71.9% lo considera muy acuerdo y el 28.1% lo considera de acuerdo las fotos en blanco y negro, apoyan a comunicar mejor el mensaje emocional. (Alberich, Gómez & Ferrer , 2015 p. 59).

La luz, en este elemento el teórico manifiesta que son ondas electromagnéticas un ejemplo es cuando lanzan un objeto contundente en un recipiente lleno de agua y al impactar el líquido en realizar olas siendo eso las ondas en el agua. La luz puede venir también del sol como también de otro objeto luminoso. En conclusión, es considerable en que tenga una buena armonía de paletas de colores del diseño y que puede ayudar a que la gente estudiado tenga mucho beneficioso y logre ser aceptado .

El resultado obtenido de la pregunta N° 16 mencionan que los 187 encuestados, que 3,2 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 65,8% está de acuerdo, mientras que el 31,0% está muy de acuerdo que considera que percibir visualmente las piezas gráficas es lo más adecuado para la apreciación del problema social del abuso sexual. Travezaño

(2017, p. 30) Similar trabajo y tiene una muestra mayor que nuestra muestra que es de 270 alumnos de una institución educativa, por medio la estadística descriptiva tiene en su tabla N°6 de que los estudiantes encuestados que el 71.9% lo considera muy acuerdo y el 28.1% lo considera de acuerdo que el contenido es preciso. Barrera (2020, p. 25) uniforme obra de investigación, pero estudia una muestra de 53 jóvenes, obteniendo un resultado similar que concuerde con nuestra 2da pregunta por medio de la estadística descriptiva de la tabla de frecuencia N° 7, que el cuarenta y ocho % está totalmente de acuerdo, el treinta % está de acuerdo, el siete % se considera ni de acuerdo, ni en desacuerdo, el siete % se considera en desacuerdo con el ítem planteada y un once % está totalmente en desacuerdo que es inadecuado recibir mensajes constantes de desconocidos. En conclusión, es importante la percepción visual del diseño y se apoya para la población con mucha importancias y que acepte.

El resultado obtenido de la pregunta N° 17 mencionan que los 187 encuestados, un 1,1% considera en desacuerdo, 6,4 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, 59,4% está de acuerdo, mientras que el 33,2% está muy de acuerdo. Medina (2018, p. 36) ídem trabajo, pero estudia una muestra de 273 jóvenes, producir un resultado similar que concuerde con nuestra 17 pregunta, que el noventa y seis, uno % esta muy de acuerdo , un dos , uno % indico estar dudoso, mientras que un, ocho % no estuvo de acuerdo y totalmente en desacuerdo . Choque (2017, p. 25) idéntico labor, pero estudia una muestrario de 273 jóvenes, logrando un resultado identico que concuerde con nuestra 17 ítem, que un cincuenta .tres % están de muy de acuerdo, un cuarenta % están de acuerdo, cuatro .cuatro% están en ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 2.2% están en desacuerdo. (Alberich, Gómez & Ferrer , 2015 p. 59).El color es la idoneidad de todo ser humano para diferenciar las ondas de tonalidades observados como una estimulación, indica que la retina es el que inicia la sistematización de todo el recorrido del proceso llegando al córtex visual en dicha parte se divide en fases llegando así a la percepción de los colores. Conclusiones se debe tener en cuenta el color en el diseño y esto coopera a que los espectadores objetivo tenga atracción y logre, ser aceptado.

Nos trasladamos en el segundo sector de la discusión, prosiguiendo con las lecturas en fundamento a la correlación de las variables.

Correlación de las variables: Publicidad social y La percepción visual

En este aspecto el valor de Chi cuadrado de Pearson es de 0,000 menor de 0,05, siendo que se admite la hipótesis general y se rehúsa no valido. Si se encuentra conexión entre la publicidad social sobre el abuso sexual y la percepción visual del personal policial del Callao 2021. Manifestando que la publicidad social quiere percibir debidamente, desemejanza de otras publicidades, donde la percepción visual llegó al personal PNP objetivo por medio de piezas gráficas ya que emplearon apropiadamente el uso de láminas, matices, información y desde su organización al tema social.

De modo similar, Barrera (2020, p. 31) consiguió soluciones semejantes posterior de que la prueba de Pearson advirtiera que coexistiera un vínculo positivo media en relación de la publicidad social sobre el abuso sexual y la percepción visual, refutando la hipótesis no valido y admitiendo la hipótesis de estudio. Por este motivo se descifro ratificar la publicidad logro percibir al personal policial por medio de los gráficos y la información llevada.

La publicidad social ofreció como táctica para lograr percibir a la policía del Callao por medio de piezas graficas que son el afiche, el volante y el tríptico, a través de las composiciones gráficas y la comunicación, los cuales dieron resultados óptimos.

Choque (2018, p. 38), consiguieron resultados semejantes y concluyen que la publicidad mejoro la percepción visual sobre el cuidado del agua.

Correlación específica 1 – La comunicación visual – percepción visual

El aspecto de este valor estadístico del Chi cuadrado que es de $0,000 < 0,05$ aprobando la hipótesis específica uno y se expulsa la nula. Encontrando el vínculo entre la comunicación visual y la percepción visual del personal del Callao 2021, demostrando que la comunicación visual se hizo y fue elaborada por medio de partes gráficas de estructura idónea mediante del receptor sensorial del personal PNP, consiguiendo una causa para poder llegar a la percepción visual del personal del Callao 2021.

De igual manera que nuestra indagación, Pinedo (2018, p. 57), llega a soluciones semejantes confirmando que existe un vínculo positivo con la organización de la publicidad y la postura verdadero de un conjunto empírico de alumnos del instituto educativo de Comas refutando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis de este estudio. Accediendo que la logro generar una actitud optima en los estudiantes mediante el empleo de representaciones de dibujos y de acuerdo a la información llevada.

Medina (2018, p. 54), determina que mediante la táctica adapto su publicidad de percepción visual logrando producir una alteración de actitud en el alumnado enseñando una gran inclinación en el instituto educativo de Ancón”.

Correlación específica 2 – Los medios y formatos – la percepción visual

En ese aspecto del valor del Chi cuadrado de $0,000 < 0,05$ aceptando la hipótesis específica dos y se rehúsa la nula, encontrando un vínculo de la dimensión y la variable, demostrando que la dimensión que se hizo provoco una gran impresión en el personal PNP por medio de las obras gráficas desde su cimiento, información, los matices de colores, los gráficos entre otros elementos que se asemeja a los demás.

De igual manera que nuestra indagación, Asencios (2018, p. 44), llega a soluciones similares corroborando que se haya un vínculo optimo baja entre el procedimiento de percepción y la actitud optima de los alumnos de los últimos años de primaria del I.E de Independencia, rehusando la hipótesis nula y accediendo la hipótesis de estudio. Comprobando que los medios y formatos generó una significancia potencial en los estudiantes mediante las obras de bocetos que se aplicaron tanto la información.

Medina (2018, p. 54), culmina que por medio de la publicidad se logró aumentar una impresión positiva en los ciudadanos por medio de las representaciones graficas que se logró implementar aledaños del lugar.

Correlación específica 3 - El mensaje – la percepción visual

En ese aspecto del Chi cuadrado es de $0,000 < 0,05$ aprobando la hipótesis específica tres y se rehúsa la nula, existiendo una conexión entre la dimensión y el variable que revela

que el mensaje que se hizo consiguió el aprendizaje en la población por medio de la información adjuntada en las piezas por medio de dibujos.

A continuación, De la Cruz (2018, p. 25) enuncia que encuentra un vínculo óptimo moderada entre la dimensión y la variable, refutando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis de estudio. Comprobando que el tema social ocasiono una enseñanza por medio de la comunicación propuesta en las piezas por imágenes.

Medina (2018, p. 64), culmina que el mensaje formo parte de su táctica de comunicación y la ventaja de alumnado presentando una disposición óptima, a través de las representaciones gráficas que se logró implementar a las cercanías del espacio.

VI. CONCLUSIONES

En la primera conclusión, se pudo precisar que si existe vínculo entre la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes y la percepción visual del personal policial del Callao. Se obtuvo una significancia de $0.000 < \alpha 0.05$, el cual se reconoce la hipótesis de la investigación y se refuta la hipótesis nula. Por lo que el nexo de Pearson el valor fue de 0,669 que implica que el vínculo de la hipótesis general de manera positiva media entre ambas variables.

Por lo tanto, esta publicidad social apoya como táctica para lograr la percepción visual de los efectivos policiales a través de ilustraciones gráficas, que se empleara a través de la confección de graficas tanto en la utilización de los matices de paletas de armonías que se adjuntaron la comunicación utilizadas. Igualmente, el tema social que tiene ayuda a que los efectivos policiales perciban el problema social aproximado de la localización que se está residiendo hoy en día. Para culminar debemos de tener a sabiendas que para hacer una publicidad que sea pedagógico, formativo, dinámico y desarrollar una variabilidad de actitud hacia nuestros ciudadanos objetivos a través de las partes graficas que comuniquen y que además sean creativas al instante de transmitir un anuncio.

De la misma manera, en la 2da conclusión se manifiesta que existe un nexo de la comunicación visual y la segunda variable, logrando una significativa de $0.000 < 0.05$ rehusamos la hipótesis anulada y aceptamos la hipótesis de la investigación. El vínculo de Pearson el valor fue de 0,496 el cual conlleva el nexo de la hipótesis específica una de forma óptima media entre la variable y la dimensión.

Este estudio se puede deducir que la comunicación visual es una táctica que trasmite ideas como también la información logrando el interés en los efectivos policiales mediante el uso de representaciones gráficas para luego transformarlo en una forma de comunicación más obvio y afectivo sobre lo que se quiere dar a percibir visualmente.

Asimismo, en la 3era terminación se dice que, si existe una con relación los medios-formatos y la percepción visual del personal policial del Callao, obteniendo una significativa de $0.000 < a 0.05$ refutamos la hipótesis nula y aprobamos la hipótesis presente. Por lo que la correlación de Pearson el valor fue de 0,514 el cual implica a la correlación de la hipótesis específica 2 de optima media entre la variable de percepción visual y la dimensión medios y formatos.

Por lo tanto, la publicidad de las piezas graficas causo gran impresión en los efectivos policiales de la DIVINCRI del Callao, por su estructura, la imagen, el color, la tipografía, la información entre otros elementos. Por eso es primordial una organización al momento de confeccionar las piezas representativas como también implementar una adecuada información que debe ser clara y concisa para una mejor percepción a su público objetivo, ocasionando una edición positiva que logre apoyar en el cambio de disposición frente a este problema social.

Por último, en la cuarta conclusión se afirma que, si existe vínculo entre el mensaje y la percepción visual, obteniendo una significativa de 0.000 menor a 0.05 rehusando la hipótesis nula y aprobamos la hipótesis de la investigación. Por lo que la correlación de Pearson el valor fue de 0,553 el cual sobrelleva a la correlación de la hipótesis específica tres de forma óptima entre la primera variable y la dimensión que es el mensaje.

Por lo tanto, la publicidad social logro llegar a los policías del Callao a través del anuncio que es una estrategia que actúa a motivar y prevenir sobre el delito del

abuso sexual sobre jóvenes, esto quiere decir que el mensaje que se proporcionó mediante las piezas graficas fue de forma positiva para su público objetivo, con una buena información.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda tener en cuenta que para efectuar nuestra publicidad social es preciso tener piezas graficas bien confeccionadas y organizadas como también activos y con una útil averiguación para atraer la captación y concebir el mensaje que uno quiere dar a saber mediante de dichas piezas gráficas.

Se aconseja que la publicidad social cause un efecto hacia nuestro personal objetivo a través del uso acertado de las piezas graficas con la indagación idónea provocando una gran eventualidad en la postura del sondeado.

Se advierte ahondar el tema social de la publicidad social y de nuestras variables y que serían favorables que existan más antecedentes de la misma similitud como también el tema de indagación, porque son muy limitados al instante de indagar aclaración.

Se recomienda el empleo de las encuestas online porque ha mostrado que favorece al encuestado y que sus resultados se introducen a una base de datos de manera breve, como en casos de emergencias o de enfermedades mundiales con es el caso del COVID 19, donde no se logró salir a las calles para realizar las encuestas físicas.

Se aconseja que el número de preguntas no superen de 20 preguntas porque es muy fatigado para los que contestan las encuestas como tampoco debe ser pocas preguntas ya que no se logra conseguir una medida codiciada de desenlaces e información de los encuestados.

Finalmente se aconseja tomar en cuenta que el problema social que es el abuso sexual en jóvenes es un delito grave que tiene pena de cárcel y es así que, si vas a confeccionar una publicidad social sobre este tema y con esta información, debes de

alcanzar la captación de los ciudadanos y cerciorarse una contención visual que presente de conocer del tema. Por consiguiente, apoyaras a mejorar de este modo a que los ciudadanos tengan el entendimiento sobre el abuso sexual en jóvenes.

Bibliografía

Aivar (2009). Las teorías de la percepción visual y el problema del movimiento ocular. Recuperado de: [Las teorías de la percepción visual y el problema del movimiento ocular - Dialnet \(unirioja.es\)](#)

Asencio (2018) . Diseño de piezas gráficas sobre la nutrición y la percepción en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres Instituciones Educativas de Independencia, Lima 2018. . (Tesis), Universidad Cesar Vallejo, Perú. Extraído de: [Asencios_VPE 2018.pdf](#)

Alberich, Jordi. Percepción visual. España. En: Universidad Oberta de Catalunya. 2015 p.44.

Recuperado de : [Percepción visual. Jordi Alberich David Gómez Fontanills Alba Ferrer Franquesa PID - PDF Free Download \(docplayer.es\)](#)

Arias et al. (2018). La población de estudio. Parte III . Revista Alergia Mexico 14(65), 200-2010. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>

Aragón, M. (2018). Relación de la infografía sobre el acoso escolar y la percepción en los estudiantes. (Tesis), Universidad Cesar Vallejo, Perú. Extraído de: [Relación entre la infografía sobre el acoso escolar y la percepción en los estudiantes de 5to y 6to grado de primaria en dos Instituciones Educativas del distrito de Villa María del Triunfo, Lima, 2018 \(ucv.edu.pe\)](#)

Barrera (2020). Piezas gráficas sobre el acoso y la percepción visual en jóvenes de 15 a 20 años en S.J.M, Lima, 2020. (Tesis) Universidad

Cesar Vallejo, Perú. Extraído de: [barrera 2020.pdf](#)

Beltrán E. (2015) Estudio De Las Campañas de Marketing Social Contra El Racismo y su Incidencia en el Comportamiento de la Población, Sector Administración Zonal Eugenio Espejo, Dmq Año 2014. Ecuador. Universidad Internacional SEK. extraído de: https://rraae.cedia.edu.ec/Record/SEK_b62574f7e923a768719bc81311b8a31e

Del Campo & Rovira, 2019. Acoso cibernético. extraído de: [\(PDF\) El Ciberacoso. Una revisión de investigaciones internacionales sobre representaciones, prevalencias, efectos y explicaciones del fenómeno \(researchgate.net\)](#)

Cárdenas Montañez, J. W. (2018). Exposición Sobre Fotografía Social y la Percepción Social de los Jóvenes Transeúntes del Parque de la Exposición de Lima 2018. Extraído de: [“Exposición Sobre Fotografía Social y la Percepción Social de los Jóvenes Transeúntes del Parque de la Exposición de Lima 2018” \(ucv.edu.pe\)](#)

Cerrato, M y Jiménez J (2017). La Percepción de la violencia de género en la adolescencia. (Tesis de pregrado en pedagogía).Universidad de la laguna. Extraído de : https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/36522/TESIS_COMPLETA.pdf;jsessionid=1F04CBDBB7A452C4E46A767310E1B9A6?sequence=1

Cruz , R (2020) . Influencia publicitaria online en la intención de compra de cursos virtuales en universidades privadas, 2020.(Tesis de pregrado). Lima, Peru. Extraído de : [2020 Cruz Gamarra.pdf \(usil.edu.pe\)](#)

Choque (2017). Campaña sobre el cuidado del agua y la percepción visual de niños de primaria 2020.(Tesis de pregrado). Lima, Peru. Extraído de : [Choque HJH.pdf](#)

Del Campo y López (2016) Abuso sexual. Extraído de:
<https://www.redalyc.org/pdf/727/72718101.pdf>

(Duarte, 2000). Juventud o juventudes , acerca de como mirar y remirar la las juventudes de nuestro continente. Extraído de :
[Juventud o Juventudes Acerca de como mirar y remir.pdf](#)

Echeburua (2014). Abusos sexuales en la infancia: ¿por qué se recuerdan o revelan años después?. España. Extraído de : [RevMexPsi-37\(2\).indd \(filesusr.com\)](#)

Espinoza Freire, E. E. (2018). Las variables y su operacionalización en la investigación educativa. Parte I . Revista Conrado, 14(65), 39-49. Recuperado de <http://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado>

Farez, D. (2019). “El acoso sexual desde la perspectiva de los varones estudiantes de la Universidad de Cuenca”. (Tesis Maestría). Universidad de Cuenca. Ecuador. Extraído de :
https://rraae.cedia.edu.ec/Record/UCUENCA_acf89fcc879bf0cc798abd3db33285bd

García, E. (2016). Procesamiento sensorial y percepción visual en estudiantes. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Mayor San Marcos, Lima, Perú. Extraído de: [Microsoft Word - Caratula pregrado \(unmsm.edu.pe\)](#)

Hernández, Fernández y Baptista, (2014). Metodología de la investigación . Extraído de : [Metodología de la investigación - Sexta Edición \(epacartagena.gov.co\)](#)

Hipólito, J. (2014) Percepción existente en relación a la violencia de género en estudiantes universitarios varones y mujeres de la ciudad de

Rosario. (Tesis).

Extraído de : <https://nbapi.uai.edu.ar/tpl/MaterialAlumnosTesis/?facultad=P>

Hsu-Hsein chi (2013) Interactive digital advertising vs virtual Brand community. Extraído de : [Interactive Digital Advertising vs. Virtual Brand Community: Exploratory Study of User Motivation and Social Media Marketing Responses in Taiwan: Journal of Interactive Advertising: Vol 12, No 1 \(tandfonline.com\)](#)

INEI, (2018). Extraído de : [libro.pdf \(inei.gob.pe\)](#)

Knoll, J..(2014) Advertising in social , a review of empirical evidence. Extraído de: [Advertising in social media: a review of empirical evidence: International Journal of Advertising: Vol 35, No 2 \(tandfonline.com\)](#)

Martínez, N. (2009). “Incidencia del programa de desarrollo de la percepción visual de Marianne Frostig, en la disminución del porcentaje de dificultades específicas de aprendizaje de las habilidades lingüísticas (Lecto – Escritura), de origen visivo perceptivo”, Ecuador extraído de: [Tesis Dario Barona pdf..pdf \(cipotato.org\)](#)

(Maraver-López y Aguaded, 2014).

Análisis de contenido de la programación sensacionalista pública española: propuesta de cuestionario como medidor de los hábitos de la audiencia audiovisual, España. Extraído de : [\(PDF\) Análisis de contenido de la programación sensacionalista pública española: propuesta de cuestionario como medidor de los hábitos de la audiencia audiovisual \(researchgate.net\)](#)

Medina (2018) . “Diseño de una pieza gráfica sobre el reciclaje de papel y la percepción visual en los estudiantes de 5° y 6° de primaria de cinco I.E Ancón, Lima 2018”. Extraído de : [Medina_CPM 2018.pdf](#)

(Ministerio Público de Lima,2019) Extraído de : [MIMP: 16, 632 delitos sexuales se registraron durante el 2019 | Noticias | Agencia Peruana de Noticias Andina](#)

(Ministerio Público de Lima,2013) Extraído de: [Observatorio de Criminalidad del Ministerio Público > Observatorio en la prensa \(mpfn.gob.pe\)](#)

OMS (2016) Violencia sexual. extraído de: [OMS | Violencia sexual \(who.int\)](#)

Pereda (2016). ¿UNO DE CADA CINCO?: VICTIMIZACIÓN SEXUAL INFANTIL EN ESPAÑA, España. extraído de: [¿Uno De Cada Cinco?: Victimización Sexual Infantil En España \(papelesdelpsicologo.es\)](#)

Pinedo (2018). Infografía diseño de infografía sobre el uso correcto de los métodos anticonceptivos y la percepción en estudiantes (Tesis de pregrado) Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú. extraído de: [Diseño de infografía sobre el uso correcto de los métodos anticonceptivos y la percepción en estudiantes de tercero, cuarto y quinto de secundaria de dos I.E –Comas, Lima 2018 \(ucv.edu.pe\)](#)

Puémape (2018). Análisis de la campaña digital here to create de adidas women en mujeres limeñas de 20 - 40 años, Lima, Peru. Extraído de : [Análisis de la campaña digital here to create de adidas women en mujeres limeñas de 20 - 40 años \(uigv.edu.pe\)](#)

Roldan, L. (2013) Percepción vs. Inteligencia. extraído de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/46308>

Salinas, P. (2012) . Metodología de la investigación científica. Extraído de: [LIBRO METODOLOGIA Salinas.pdf](#)

Sánchez, J. y Magaña, L. (2018), Respuestas subjetivas al ciberacoso mediante teléfonos celulares: un estudio en adolescentes de educación secundaria. extraído de: [Respuestas subjetivas al ciberacoso mediante teléfonos celulares: un estudio en adolescentes de educación secundaria \(scielo.org.mx\)](#)

Soto, J. (2015) Extraído de: [Análisis de la metodología de aprendizaje colaborativo en la impartición del módulo de Formación y Orientación Laboral \(FOL\). \(redib.org\)](#),

Tang (2015) . “La publicidad y su relación con el posicionamiento de la empresa WD Lamas Travel en la ciudad de Lamas, periodo 2016” (tesis de pregrado).Universidad Cesar Vallejo, Perú. Extraído de : [delcastillo_tj.pdf \(ucv.edu.pe\)](#)

Toro, P. (2015), La influencia de la publicidad en la tolerancia social hacia noticias sobre agresiones sexuales. extraído de: [La Influencia de la Publicidad en la Tolerancia Social hacia Noticias sobre Agresiones Sexuales.pdf \(us.es\)](#)

Travezaño (2017) Infografía sobre el bullying y la percepción de los estudiantes (tesis de pregrado).Universidad Cesar Vallejo, Perú. extraído de: [Infografía sobre el bullying y la percepción de los estudiantes de 3ro, 4to y 5to de secundaria de dos LE. de Independencia, Lima, 2017 \(ucv.edu.pe\)](#)

Lorca, Carrera & Casanovas (2016). ANÁLISIS DE HERRAMIENTAS GRATUITAS PARA EL DISEÑO DE CUESTIONARIOS ON-LINE. Extraído de: [Redalyc.ANÁLISIS DE HERRAMIENTAS GRATUITAS PARA EL DISEÑO DE CUESTIONARIOS ON-LINE](#)

Lozada, (2014). Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria. Extraído de : [Dialnet-InvestigacionAplicada-6163749.pdf](#)

Lorca et al. (2016). ANÁLISIS DE HERRAMIENTAS GRATUITAS PARA EL DISEÑO DE CUESTIONARIOS ON-LINE. Revista de medios y educación, p,92. Recuperado de [Redalyc.ANÁLISIS DE HERRAMIENTAS GRATUITAS PARA EL DISEÑO DE CUESTIONARIOS ON-LINE](#)

Rovira (2019) . La población de estudio. Parte III . Revista Alergia Mexico Recuperado de:

<https://psicologiaymente.com/social/tipos-de-acoso>

Taanika, A. (2020) Impact of social media advertising on millennials buying behaviours. Extraído de : [Impact of social media advertising on millennials buying behaviour: International Journal of Intelligent Enterprise: Vol 7, No 4 \(inderscienceonline.com\)](#)

Kempe (2012) Abuso sexual en la infancia extraído de: [Abuso sexual en la infancia.pdf \(um.es\)](#)

Villafaña, G. (2017). Educación visual. Conocimientos básicos para el diseño. Peru , Lima , extraído de : [EDUCACIÓN VISUAL. CONOCIMIENTOS BÁSICOS PARA EL DISEÑO GEORGINA VILLAFÑA GÓMEZ \(ergoprojects.com\)](#)

Vilasuso ,R. (2013). La publicidad audiovisual una forma de arte posmoderno.

Extraído de: <https://b-ok.lat/book/11940363/cee76a>

ANEXOS:

Anexo 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES INDICADORES	METODOLOGIA	TECNICAS
¿Cómo afecta la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en la percepción visual del personal policial del callao, 2021?	Determinar la relación que existe entre la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en la percepción visual del personal policial del callao, 2021	Existe una relación favorable entre la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en la percepción visual del personal policial del callao, 2021.	PUBLICIDAD SOCIAL	COMUNICACIÓN VISUAL -Comprensión - Textos - Gráficos -Percepción MEDIOS Y FORMATOS - Medios visuales - Formatos impresos - Medios verbales MENSAJES - Dinámicas grupales -Características - Funciones.	ENFOQUE DE LA INVESTIGACION Cuantitativa NIVEL DE INVESTIGACION Descriptivo Correccional TIPO DE INVESTIGACION Aplicada	INSTRUMENTO Cuestionario
ESPECIFICOS	ESPECIFICOS	ESPECIFICOS		ACOSO CALLEJERO -Tocamiento indebidos - Piropos ACOSO CIBERNETICO - Mensajes constantes - Propagación de información no deseada		
- ¿Cómo afecta la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en la extracción de información del personal policial del callao, 2021? - ¿Cómo afecta la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en la Organización de información del personal policial del callao, 2021? - ¿Cómo afecta la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en el procesamiento de información del personal policial del callao, 2021?	- Determinar la relación que existe entre la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en la extracción de información del personal policial del callao, 2021. - Determinar la relación que existe entre la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en la organización de información del personal policial del callao, 2021. - Determinar la relación que existe entre la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en el procesamiento de información del personal policial del callao, 2021.	-Existe una relación favorable entre la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en la extracción de información del personal policial del callao, 2021. -Existe una relación favorable entre la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en la organización de información del personal policial del callao, 2021. - Existe una relación favorable entre la publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes en el procesamiento de información del personal policial del callao, 2021.	ABUSO SEXUAL PERCEPCION VISUAL	COMPOSICION - Equilibrio - Dirección - fuerzas perceptuales PERCEPCION DEL COLOR - La luz - La retina El color		

ANEXO :2

OPERACIONALIZACION:

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Publicidad Social	La publicidad social que es un procedimiento que difunden algún ingenio o también como una comunicación por intermedio de mensajes visuales,. García & López (2017)	Se medirá a través del análisis de las dimensiones: Comunicación visual, medios - formatos y mensajes	- Comunicación visual (García & López ,2017, p 5)	-Comprensión (García & López ,2017, p 23) -Textos (García & López ,2017, p 24) -Percepción (García & López ,2017, p 25)	La publicidad social del abuso sexual se comprende de la mejor manera Las letras de las piezas graficas (afiche, tríptico y volante) se visualizan adecuadamente. La posición que se encuentra el afiche, volante y el tríptico se observa de la mejor manera	Nominal
			-Medios y formatos (García & López ,2017, p 45)	-Medios visuales (García & López ,2017, p 45) -Formatos impresos (García & López ,2017, p 46)	Las piezas graficas de la publicidad cuenta con medios visuales que son didácticos y entendibles. Los medios publicitarios (afiche, tríptico y volante) de la publicidad social están bien estructurados para posteriormente su impresión.	
			-Mensajes (García & López ,2017 ,p 50)	-Características (García & López ,2017, p 51) -Funciones (García & López ,2017, p 51)	La publicidad social tiene la cualidad para que usted pueda identificar el problema social sobre abuso sexual. A través de la publicidad social logra cumplir la función de captar el mensaje que quiere transmitir.	
Abuso Sexual	Sobresale que es importante aumentar los conocimientos y habilidades sobre el abuso sexual para prevenir el abuso sexual. : Del Campo (2019).	Se medirá a través del análisis de las dimensiones : Acoso callejero y Acoso cibernético	-Acoso callejero (Del Campo, ,2019 ,p 15)	- Tocamientos indebidos (Del Campo, ,2019 ,p 15) - Piropos (Del Campo, ,2019 ,p 15)	- En las piezas graficas que se muestran, se entiende que son tocamientos indebidos en las victimas del abuso sexual. - La información que otorga el tríptico te indica que el piropo es un aspecto de acoso callejero.	Nominal
				- Mensajes constantes (Del Campo, ,2019, p 16)	- El tríptico te proporciona la información adecuada de que no debes recibir mensajes virtuales de	

			- Acoso cibernético (Del Campo, 2019)	- Propagación de información no deseada (Del Campo ,2019 ,p 16)	desconocidos para evitar el acoso cibernético. La pieza grafica (trípico) te da entender que propagar alguna información o contenidos personales en el mundo virtual a desconocidos es muy peligroso	
Percepción Visual	La percepción visual de una lámina y logra ser un procedimiento beneficioso para revelar las relaciones de estabilización, las direcciones y otras fuerzas perceptuales que actúan en ella, a su vez la percepción de color surge de la estimulación de la retina con la luz reconociendo color. (Alberich, Gómez y Ferrer, 2015, p. 41)	La percepción visual se medirá a través de la composición y la percepción del color	Composición visual (Alberich, Gómez y Ferrer, 2015, p. 41)	- Equilibrio (Alberich, Gómez y Ferrer, 2015, p. 45) - Dirección (Alberich, Gómez y Ferrer, 2015, p. 48) - Fuerzas perceptuales (Alberich, Gómez y Ferrer, 2015, p. 42)	- La composición visual de las piezas graficas muestra un equilibrio ayudando a entender el concepto del abuso sexual La ubicación de las piezas graficas están bien organizadas para una correcta visualización En las piezas graficas cree que la ubicación de las imágenes realiza una correcta guía visual para su apreciación	Nominal
			Percepción del color (Alberich, Gómez y Ferrer, 2015, p. 41)	- La luz (Alberich, Gómez y Ferrer, 2015, p. 51) - La retina (Alberich, Gómez y Ferrer, 2015, p. 53) - El color (Alberich, Gómez y Ferrer, 2015, p. 59)	Considera que las piezas graficas sobre el abuso sexual a blanco y negro son más impactantes que las de color. Considera que percibir visualmente las piezas gráficas es lo más adecuado para la apreciación del problema social del abuso sexual - El color de la publicidad social sobre el abuso sexual es importante para mostrar el realismo de las imágenes	

Anexo 3 :

Calculo del tamaño de la muestra

Sustituyendo:

$$\frac{365(1.96)^2 \cdot (0.5)(0.5)}{(0.05)^2 (365 - 1) + 1.96^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{365(3.84)(0.25)}{(0.0025)(364) + 3.84 (0.25)}$$

$$n = \frac{1401.6(0.25)}{0.91 + 0.96}$$

$$n = \frac{350.4}{1.87}$$

$$n = 187.37$$

Anexo 4: Instrumento de recolección de datos

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES ESCUELA DE ARTE Y DISEÑO GRAFICO EMPRESARIAL

ENCUESTA PARA RECOLECCION DE DATOS

Publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes y la percepción visual del personal policial Callao,2021

Datos generales:

Sexo: Femenino () Masculino ()

INDICACIONES:

Por favor, leer cuidadosamente cada pregunta y responda según crea conveniente. Marque con una (X) en las casillas correspondientes a cada pregunta.

TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	EN DESACUERDO	DESACUERDO
5	4	3	2	1

N°	PREGUNTAS	5	4	3	2	1
1	La publicidad social del abuso sexual se comprende de la mejor manera					
2	Las letras de las piezas graficas (afiche, tríptico y volante) se visualizan adecuadamente.					
3	La posición que se encuentra el afiche, volante y el tríptico se observa de la mejor manera					
4	Las piezas graficas de la publicidad cuenta con medios visuales que son didácticos y entendibles.					
5	Los medios publicitarios (afiche, tríptico y volante) de la publicidad social están bien estructurados para posteriormente su impresión.					
6	La publicidad social tiene la cualidad para que usted pueda identificar el problema social sobre abuso sexual.					
7	A través de la publicidad social logra cumplir la función de captar el mensaje que quiere transmitir.					
8	En las piezas graficas que se muestran, se entiende que son tocamientos indebidos en las victimas del abuso sexual.					
9	La información que otorga el tríptico te indica que el piropo es un aspecto de acoso callejero.					
10	El tríptico te proporciona la información adecuada de que no debes recibir mensajes virtuales de desconocidos para evitar el acoso cibernético .					
11	La pieza grafica (tríptico) te da entender que propagar alguna información o contenidos personales en el mundo virtual a desconocidos es muy peligroso .					
12	La composición visual de las piezas graficas muestra un equilibrio ayudando a entender el concepto del abuso sexual					

13	La ubicación de las piezas graficas están bien organizadas para una correcta visualización.					
14	En las piezas graficas cree que la ubicación de las imágenes realiza una correcta guía visual para su apreciación.					
15	Considera que las piezas graficas sobre el abuso sexual a blanco y negro son más impactantes que las de color.					
16	Considera que percibir visualmente las piezas gráficas es lo más adecuado para la apreciación del problema social del abuso sexual.					
17	El color de la publicidad social sobre el abuso sexual es importante para mostrar el realismo de las imágenes.					

Link de la encuesta Online : <https://forms.gle/iJts5cM3zLCrVLms9>


Anexo 5: Prueba binomial

Prueba binomial (Valides de experto)

Prueba binomial

		Categoría	N	Prop. observada	Prop. de prueba	Significación exacta (bilateral)
BERNAZA_ZAVALA_ROCIO _LIZZET	Grupo 1	SI	10	,91	,50	,012
	Grupo 2	NO	1	,09		
	Total		11	1,00		
HENOSTROZA_MOTA_CAR MELA_R	Grupo 1	SI	10	,91	,50	,012
	Grupo 2	NO	1	,09		
	Total		11	1,00		
ITURRIZAGA_URBINA_CES AR_MARTIN	Grupo 1	SI	10	,91	,50	,012
	Grupo 2	NO	1	,09		
	Total		11	1,00		

Fuente: IBM SPSS 25

$P_{\text{promedio}} = 0.000$	$P_{\text{promedio}} <$	
-------------------------------	-------------------------	---

La Prueba Binomial indica que el instrumento de medición es válido en su contenido porque el resultado es menor al nivel de significancia de 0,05.

Anexo 6: Prueba de normalidad

	Pruebas de normalidad ^{a,b,d,e}						
	Abuso Sexual	Kolmogorov-Smirnov ^c			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Publicidad Social	18	,260	2	.			
	20	,328	3	.	,871	3	,298
	22	,218	6	,200*	,933	6	,607
	23	,271	7	,131	,851	7	,124
	24	,175	74	,000	,953	74	,008
	25	,160	19	,200*	,916	19	,097
	26	,193	11	,200*	,912	11	,254
	27	,135	13	,200*	,982	13	,988
	28	,191	13	,200*	,937	13	,424
	29	,234	8	,200*	,876	8	,174
	30	,342	27	,000	,627	27	,000

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

- a. Publicidad Social es constante cuando Abuso Sexual = 15. Se ha omitido.
- b. Publicidad Social es constante cuando Abuso Sexual = 17. Se ha omitido.
- c. Corrección de significación de Lilliefors
- d. Publicidad Social es constante cuando Abuso Sexual = 19. Se ha omitido.
- e. Publicidad Social es constante cuando Abuso Sexual = 21. Se ha omitido.

Anexo 7: Alfa de Cron Bach

Alfa de Cronbach (Análisis de fiabilidad)

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[\sum \frac{S_i^2}{S_t^2} \right]$$

ALFA DE CRONBACH

Dónde:

- K = El número de ítems
- S_i^2 = Sumatoria de Varianzas de los ítems
- S_t^2 = Varianza de la Suma de los Ítems
- α = Coeficiente de Alfa de Cronbach

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	187	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	187	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 4 : Confiabilidad de las variables Publicidad social sobre el abuso sexual y percepción visual.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,939	17

Elaborado en SPSS Statistics 25

Tabla 5: Estadística de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿La publicidad social del abuso sexual se comprende de la mejor manera?	68,52	52,950	,516	,938
¿Las letras de las piezas graficas (afiche, tríptico y volante) se visualizan adecuadamente?	68,57	51,946	,625	,936
¿La posición que se encuentra el afiche, volante y el tríptico se observa de la mejor manera?	68,61	50,831	,740	,933
¿Las piezas graficas de la publicidad cuenta con medios visuales que son didácticos y entendibles?	68,58	51,653	,651	,935

¿Los medios publicitarios (afiche, tríptico y volante) de la publicidad social están bien estructurados para posteriormente su impresión?	68,57	51,462	,671	,935
¿La publicidad social tiene la cualidad para que usted pueda identificar el problema social sobre abuso sexual?	68,60	51,005	,698	,934
¿A través de la publicidad social logra cumplir la función de captar el mensaje que quiere transmitir?	68,76	49,869	,763	,933
¿En las piezas graficas que se muestran, se entiende que son tocamientos indebidos en las victimas del abuso sexual?	68,75	51,619	,687	,935
¿La información que otorga el tríptico te indica que el piropo es un aspecto de acoso callejero?	68,86	50,877	,732	,934
¿El tríptico te proporciona la información adecuada de que no debes recibir mensajes virtuales de desconocidos para evitar el acoso cibernético?	68,81	51,906	,646	,935
¿La pieza grafica (tríptico) te da entender que propagar alguna información o contenidos personales en el mundo virtual a desconocidos es muy peligroso?	68,80	51,471	,671	,935
¿La composición visual de las piezas graficas muestra un equilibrio ayudando a entender el concepto del abuso sexual?	68,73	52,447	,631	,936

¿La ubicación de las piezas graficas están bien organizadas para una correcta visualización?	68,79	51,155	,701	,934
¿En las piezas graficas cree que la ubicación de las imágenes realiza una correcta guía visual para su apreciación?	68,77	51,716	,687	,935
¿Considera que las piezas graficas sobre el abuso sexual a blanco y negro son más impactantes que las de color?	68,81	52,339	,633	,936
¿Considera que percibir visualmente las piezas gráficas es lo más adecuado para la apreciación del problema social del abuso sexual?	68,72	53,320	,600	,936
¿el color de la publicidad social sobre el abuso sexual es importante para mostrar el realismo de las imágenes?	68,75	51,821	,666	,935

Interpretación: La tabla de fiabilidad nos dio como resultado de 0.939 por valor de Alfa de Cronbach, mostrándonos que las variables publicidad social sobre el abuso sexual y percepción visual tiene un excelente resultado de confiabilidad.

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desv. Desviación	N de elementos
73,00	58,108	7,623	17

Anexo 8: Confiabilidad de las variables Publicidad social y la percepción visual.

Estadísticas de elemento

	Media	Desv. Desviación	N
¿La publicidad social del abuso sexual se comprende de la mejor manera?	4,48	,634	187
¿Las letras de las piezas graficas (afiche, tríptico y volante) se visualizan adecuadamente?	4,43	,639	187
¿La posición que se encuentra el afiche, volante y el tríptico se observa de la mejor manera?	4,39	,650	187
¿Las piezas graficas de la publicidad cuenta con medios visuales que son didácticos y entendibles?	4,42	,645	187
¿Los medios publicitarios (afiche, tríptico y volante) de la publicidad social están bien estructurados para posteriormente su impresión?	4,43	,647	187
¿La publicidad social tiene la cualidad para que usted pueda identificar el problema social sobre abuso sexual?	4,40	,668	187
¿A través de la publicidad social logra cumplir la función de captar el mensaje que quiere transmitir?	4,24	,717	187
¿En las piezas graficas que se muestran, se entiende que son tocamientos indebidos en las victimas del abuso sexual?	4,25	,619	187

¿La información que otorga el tríptico te indica que el piropo es un aspecto de acoso callejero?	4,14	,652	187
¿El tríptico te proporciona la información adecuada de que no debes recibir mensajes virtuales de desconocidos para evitar el acoso cibernético?	4,19	,624	187
¿La pieza grafica (tríptico) te da entender que propagar alguna información o contenidos personales en el mundo virtual a desconocidos es muy peligroso?	4,20	,646	187
¿La composición visual de las piezas graficas muestra un equilibrio ayudando a entender el concepto del abuso sexual?	4,27	,582	187
¿La ubicación de las piezas graficas están bien organizadas para una correcta visualización?	4,21	,651	187
¿En las piezas graficas cree que la ubicación de las imágenes realiza una correcta guía visual para su apreciación?	4,23	,610	187
¿Considera que las piezas graficas sobre el abuso sexual a blanco y negro son más impactantes que las de color?	4,19	,591	187
¿Considera que percibir visualmente las piezas gráficas es lo más adecuado para la apreciación del problema social del abuso sexual?	4,28	,516	187

¿el color de la publicidad social sobre el abuso sexual es importante para mostrar el realismo de las imágenes?	4,25	,616	187
---	------	------	-----

Anexo 9: Tabla categórica de confiabilidad

Coeficiente	Relación
0.00 a +/- 0.20	Despreciable
0.2 a 0.40	Baja o ligera
0.40 a 0.60	Moderada
0.60 a 0.80	Marcada
0.80 a 1.00	Muy Alta

De acuerdo al resultado de análisis de fiabilidad, α tiene un valor de 0,939 y según la tabla categórica, se determina que la fiabilidad del instrumento de medición es **“Muy Alta”**.

Anexo 10: DATOS SPSS

Digitalización de los datos IBM SPSS

ALFA DE CRONBACH.sav [ConjuntoDatos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	SEXO	Númerico	8	0	SEXO DEL PERSONAL POLICIAL	(1, HOMBRE)	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	P1	Númerico	8	0	¿La publicidad social del abuso sexual se comprende de la mejor manera?	(1, MUY DES...)	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
3	P2	Númerico	8	0	¿Las letras de las piezas graficas (afiche, tríptico y volante) se visualizan...	(1, MUY DES...)	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
4	P3	Númerico	8	0	¿La posición que se encuentra el afiche, volante y el tríptico se observa d...	(1, MUY DES...)	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
5	P4	Númerico	8	0	¿Las piezas graficas de la publicidad cuenta con medios visuales que son...	(1, MUY DES...)	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
6	P5	Númerico	8	0	¿Los medios publicitarios (afiche, tríptico y volante) de la publicidad soci...	(1, MUY DES...)	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
7	P6	Númerico	8	0	¿La publicidad social tiene la cualidad para que usted pueda identificar el ...	(1, MUY DES...)	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
8	P7	Númerico	8	0	¿A través de la publicidad social logra cumplir la función de captar el men...	(1, MUY DES...)	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
9	P8	Númerico	8	0	¿En las piezas graficas que se muestran, se entiende que son tocamient...	(1, MUY DES...)	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
10	P9	Númerico	8	0	¿La información que otorga el tríptico te indica que el propo es un aspect...	(1, MUY DES...)	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
11	P10	Númerico	8	0	¿El tríptico te proporciona la información adecuada de que no debes reci...	(1, MUY DES...)	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
12	P11	Númerico	8	0	¿La pieza grafica (tríptico) te da entender que propagar alguna informació...	(1, MUY DES...)	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
13	P12	Númerico	8	0	¿La composición visual de las piezas graficas muestra un equilibrio ayuda...	(1, MUY DES...)	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
14	P13	Númerico	8	0	¿La ubicación de las piezas graficas están bien organizadas para una cor...	(1, MUY DES...)	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
15	P14	Númerico	8	0	¿En las piezas graficas cree que la ubicación de las imágenes realiza un...	(1, MUY DES...)	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
16	P15	Númerico	8	0	¿Considera que las piezas graficas sobre el abuso sexual a blanco y negr...	(1, MUY DES...)	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
17	P16	Númerico	8	0	¿Considera que percibir visualmente las piezas graficas es lo más adecua...	(1, MUY DES...)	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
18	P17	Númerico	8	0	¿el color de la publicidad social sobre el abuso sexual es importante par...	(1, MUY DES...)	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
19											
20											
21											
22											
23											
24											
25											
26											
27											
28											
29											
30											
--											

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Anexo 11: DATOS SPSS

Digitalización de los datos IBM SPSS

Digitalización de las respuestas obtenidas

ALFA DE CRONBACH.sav [ConjuntoDatos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 18 de 18 variables

	SEXO	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
1	2	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
2	2	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5
4	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4
5	1	4	5	4	5	4	3	5	4	4	5	5	3	5	4	1	5	5
6	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5
7	1	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	1	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5
9	1	5	5	4	2	5	5	4	5	3	5	5	4	4	4	0	4	4
10	2	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
11	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	1	5	5
12	1	4	4	3	4	5	5	4	4	3	4	3	4	4	3	5	4	4
13	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	1	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
15	2	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	2	4
16	1	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	2	4	4	4	2	4	3	4	2	4	2	4	4	3	3	2	5	5
19	2	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	2	4	5	5	5	4	5
20	2	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
21	1	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
22	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
23	1	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4
24	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
26	2	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5
27	1	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5
28	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Anexo 12: BRIEF DEL PRODUCTO

BRIEF

DESCRIPCION DEL PUBLICO OBJETIVO:

- **SEXO:** Femenino y Masculino
- **EDAD:** 18 a 50 años
- **NIVEL SOCIOECONOMICO:** B y C
- **LUGAR:** Departamento de la Policía Judicial del Callao
- **HABITOS BASICOS:** Adultos que trabajan y estudian que pasan la mayor parte del día en su centro laboral
- **ESTILO DE VIDA:** Sociables, correcta, disciplinado, honesto, leal, pulcro que pasan el mayor parte incluido en la sociedad apoyando, evitando que ocurra delitos, amigables y buenas personas.

PROBLEMA SOCIAL:

Muchos efectivos policiales perteneciente al departamento de la policía judicial del Callao, desconocen cómo se inicia el abuso sexual, todos tienen la misma idea que es lo básico, con esta información y piezas graficas vamos ampliar más su conocimiento.

OBJETIVO DE COMUNICACIÓN:

- Por intermedio de los afiche, tríptico y volante se quiere da a conocer la información sobre el abuso sexual.
- Pretende prevenir el incremento del abuso sexual, elaborando un plan de comunicación visual para personal policial del Callao.
- Que esta publicidad social logre que los efectivos policiales del Callao opten la percepción visual para luego sean un modelo y cumplan un rol importante de responsabilidad como guidores y formadores.

MISION:

Que los efectivos policiales perciban el mensaje por medio de las piezas graficas sobre el problema social sobre el abuso sexual.

VISION:

Que este proyecto sirva para futuras investigaciones que apoyen la prevención del abuso sexual por medio de la publicidad social.

MEDIOS:

Informativo: Con esto intenta propagar la información sobre el abuso sexual por medio de afiches, volantes y trípticos que puedan percibir visualmente y evitar dicho abuso sexual en adolescentes.

APELACION:

- **Racional:** Cumplen el objetivo de informar, comunicar y centrar un mensaje directo con el cual se busca despertar el interés del público, basándose en hechos sinceros y sobre los cuales necesitamos que el reaccione con actitudes para cambiar su forma de pensar sobre el abuso sexual, asunto que hoy en día muchos efectivos policiales no comprenden las diversas modalidades del abuso sexual, por eso esta publicidad pretende percibir visualmente dicho problema social y evitar estos delitos en el Callao.
-
- **Emocional:** Afecto, emoción, expresión del público, se quiere cautivar el interés del público objetivo, mediante imágenes que encaja con ellos, personas que luchan contra el delito del abuso sexual, encontrando posiblemente emociones como el temor, dolor, dudas etc.
-
- **Sensorial:** Nos permite asimilar de forma visual las piezas graficas como afiches, tríptico y el volante, como por ejemplos que le impacto las imágenes, capaz los colores o el tipo de letra.

RESPUESTA DESEADA:

Que le parezca atrayente, atractivo, informativo y claro para nuestro público objetivo que son los efectivos policiales de la DIVINCRI Callao y que pueda lograr mejorar su conocimiento y ponerlo en práctica. para combatir el delito del abuso sexual.

PIEZAS PUBLICITARIAS:

Vamos a realizar tres piezas gráficas para esta publicidad social tales como:

- Afiche en tamaño A3 con medidas 35 cm x 50 cm
- Volante en tamaño A5 con medidas 15cm x 21cm
- Tríptico en tamaño A4 con medidas 21 cm x 30 cm

SELECCIÓN DE LOS MEDIOS:

Dichas piezas graficas serán observado y enviados en la encuesta de google forms a los efectivos policiales de la División de investigaciones criminales del Callao durante la publicidad social para así lograr percibir visualmente al público objetivo.

TIPOGRAFIA:

Myriad Pro Bold

Montserrat Medium

Myriad Pro

Montserrat

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnño
pqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz

PSICOLOGIA TIPOGRAFICA:

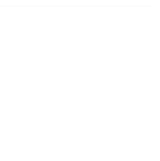
Montserrat transmite inspiración, dedicación, cuidado, luz y vida

Myriad Pro nos transmite modernidad, seguridad, dinamismo y alegría

COLORES EMPLEADOS:



R: 15 C: 89
G: 101 M: 34
B: 52 Y: 94
K: 28



R: 255 C: 0
G: 255 M: 0
B: 255 Y: 0
K: 0



R: 230 C: 0
G: 40 M: 84
B: 46 Y: 91
K: 0



R: 45 C: 79
G: 54 M: 62
B: 61 Y: 52
K: 58

PSICOLOGIA DE LOS COLORES EMPLEADOS:



VERDE: Transmite naturaleza, salud, pureza.

BLANCO: Nos transmite paz, pureza, perfección, inocencia.

ROJO: Transmite emociones intensas, acción, energía.

NEGRO EBANO: Seriedad, poder, elegancia, formalidad.

FOTOGRAFIAS:

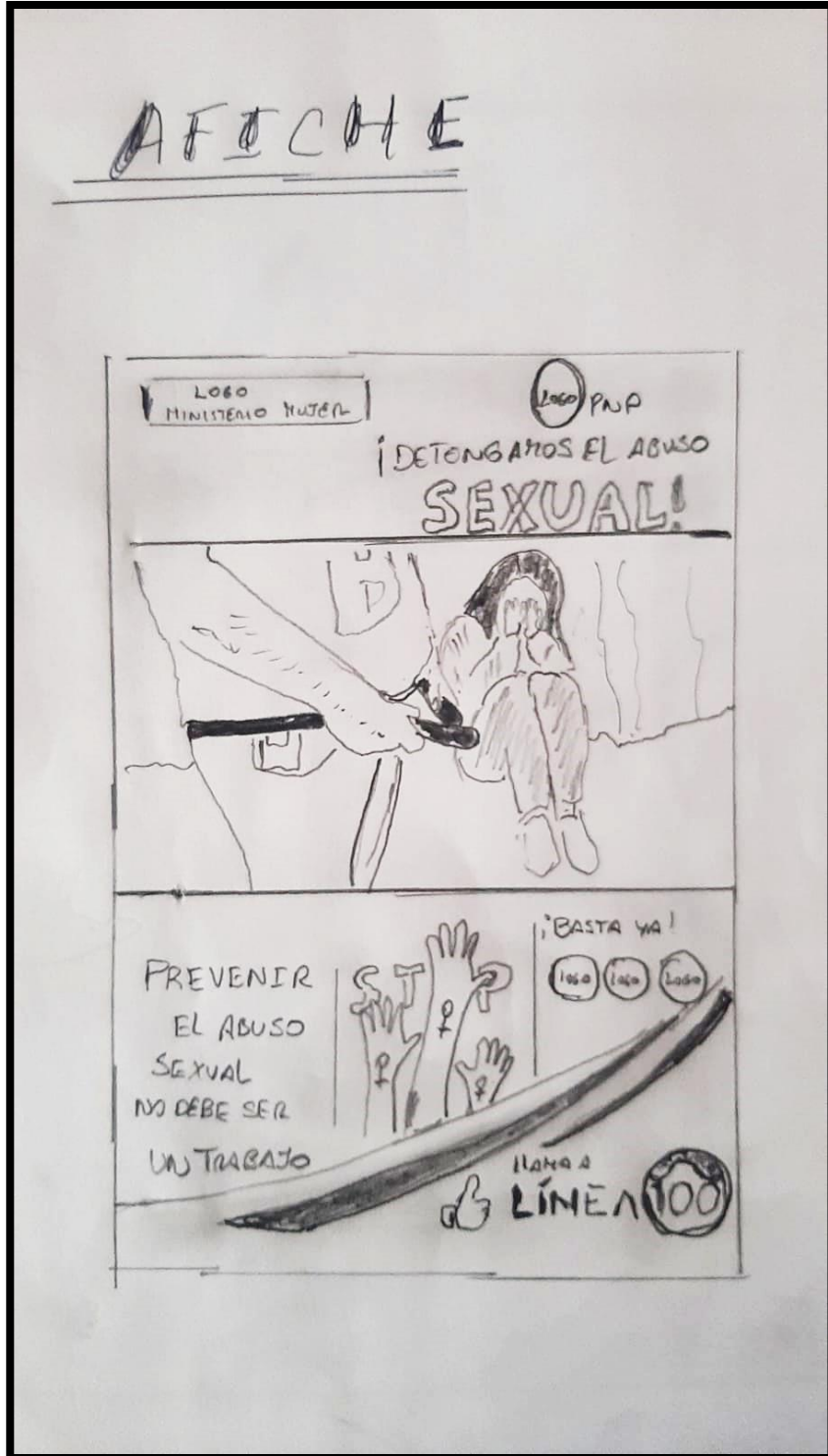
Se realizaron tomas fotográficas para las piezas gráficas, en la cual se basan en el problema social que es el abuso sexual.

PROGRAMA UTILIZADO.

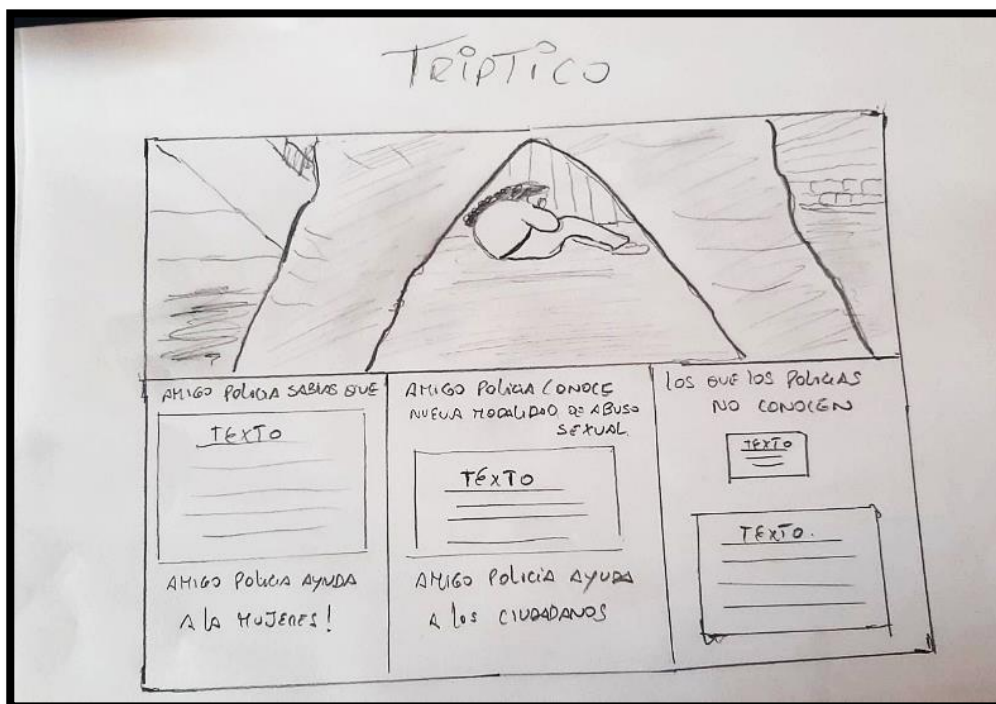
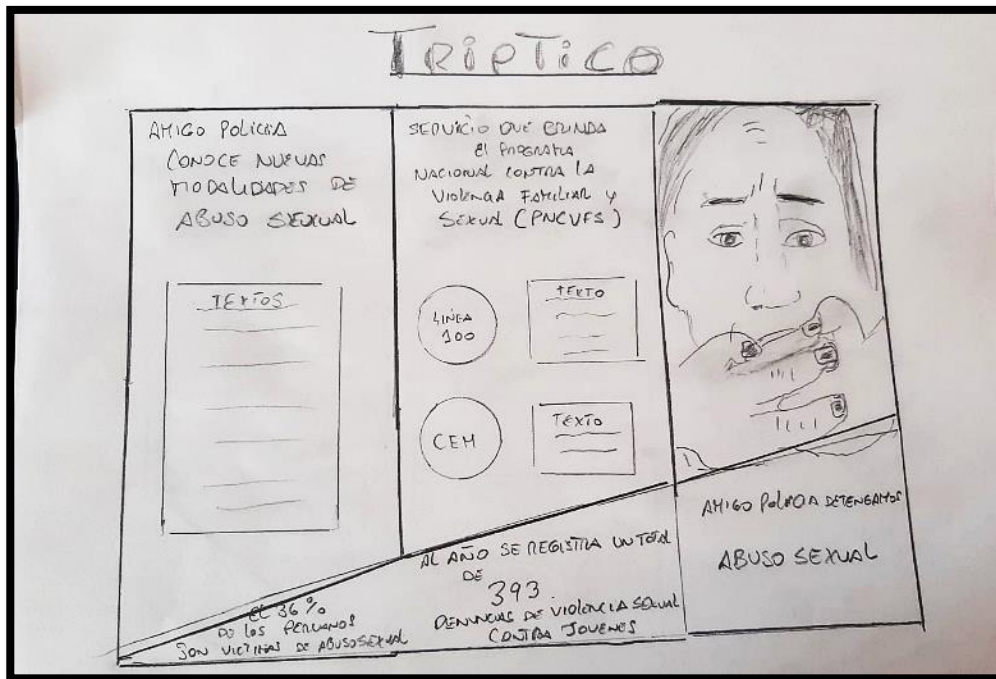
- **Adobe illustrator**

BOCETOS:

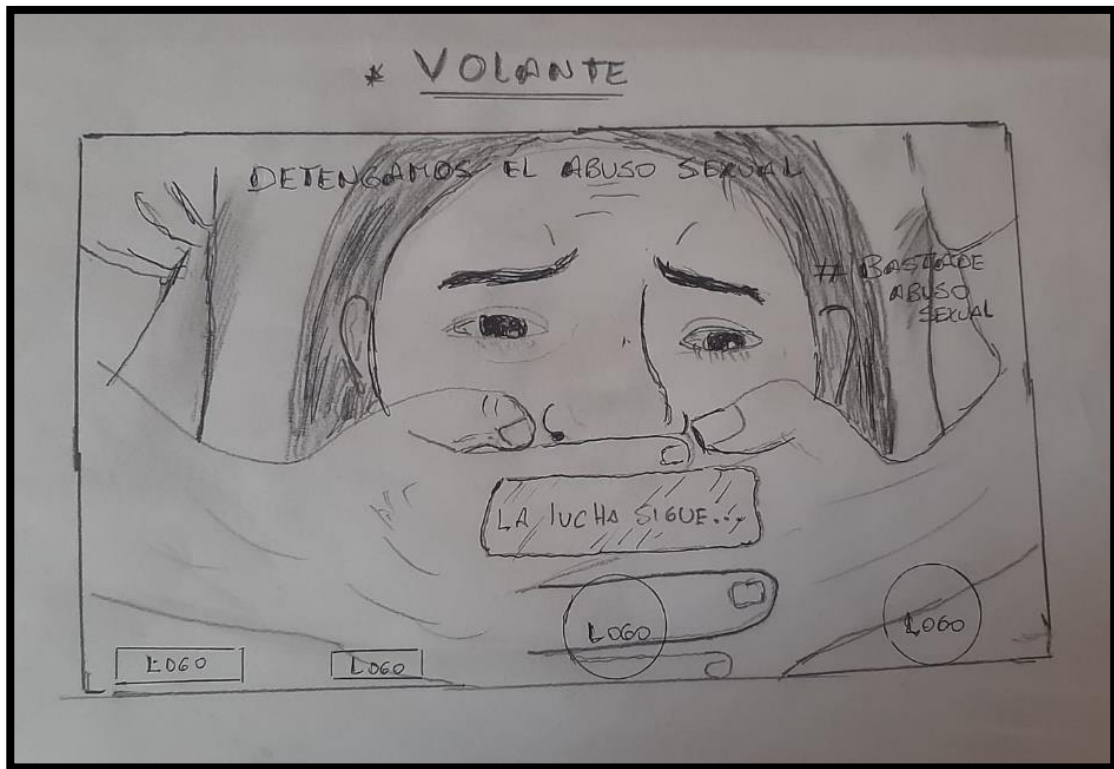
AFICHE



TRIPTICO:



VOLANTE:



Anexo 13: Piezas Gráficas

1.- AFICHE

PERÚ Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables

POLICIA PERUANA
DIOS - PATRIA - LEY

¡DETENGAMOS EL ABUSO SEXUAL!

PREVENIR EL ABUSO SEXUAL NO DEBE SER UN TRABAJO

STOP **STOP** **STOP**

VIOLENCIA SEXUAL

Abuso sexual ¡BASTA YA!

Llama gratis **Línea 100** Las 24 horas, todos los días.

CEM COMISIÓN ESPECIAL DEL PODER JUDICIAL

Llama a **LÍNEA 100**
Llamada gratuita las 24 horas

2- VOLANTE



3- TRIPTICO

AMIGO POLICIA CONOCE NUEVAS MODALIDADES DE ABUSO SEXUAL

En las calles de Lima y de la provincia constitucional del Callao aparecen dos nuevas modalidades que todo efectivo policial debe conocer de las cuales son:

El acoso callejero:

Dicha situación se puede manifestar a través de actos de naturaleza sexual, verbal o gestual así como comentarios e insinuaciones de carácter sexual gestos obscenos que resulten insoportables u hostiles; tocamientos indebidos o roces corporales; exhibicionismo o mostrar los genitales en espacios públicos. (Artículo 6 de la Ley N° 30314). Tiene dos elementos característicos que son los tocamientos indebidos y los piropos.

El acoso cibernético:

El acoso cibernético (o ciberacoso) consiste en utilizar la tecnología para amenazar, avergonzar, intimidar o criticar a otra persona. Amenazas en línea, textos groseros, agresivos o despectivos enviados por redes sociales, incluye aquellas fotografías, mensajes o páginas publicadas en Internet.

EFFECTIVO POLICIAL DEL PERU

Te comento que hay dos modalidades del abuso sexual que han aumentado en la provincia constitucional del Callao, son dos muy importantes que debes ser y son:

EL ACOSO CALLEJERO

EL ACOSO CIBERNETICO





**ABUSO
SEXUAL**

#POLICIAAYUDAATUPROJIMO

Al año se registra un total de

393

denuncias de violencia sexual
contra jóvenes

AMIGO POLICIA DETENGAMOS EL
ABUSO SEXUAL!

El 36 %
de los peruanos
son víctimas de abuso sexual



AMIGO POLICIA SABIAS QUE ...

Según el Observatorio Nacional de la Violencia Contra las Mujeres y los Integrantes del Grupo Familiar del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP), la violencia sexual comprende todas las acciones con naturaleza sexual que se cometen contra una persona sin su consentimiento o bajo coacción. Esto incluye actos que no involucren penetración o contacto físico así como todo acto que vulnere el derecho de las personas a decidir voluntariamente sobre su vida sexual o reproductiva a través de amenazas, coacción o intimidación.

Una definición más general es la que propone la Organización Mundial de la Salud (OMS), la cual señala que la violencia sexual es todo acto sexual (o tentativa) no deseado así como los comentarios o insinuaciones sexuales no deseados.

En este sentido pueden considerarse casos de violencia sexual al acoso sexual, los tocamientos indebidos, la pornografía coaccionada, las violaciones sexuales entre otros.

**“AMIGO POLICIA
AYUDA
A LAS MUJERES”**

AMIGO POLICIA CONOCE

CONTENIDOS DE ABUSO SEXUAL

- Insinuaciones o acoso verbal: Palabras o gestos relacionados con la actividad sexual o partes del cuerpo de la víctima. Por ejemplo, espiarlos cuando se bañan o mientras se cambian de ropa, mostrarles los órganos sexuales o material pornográfico, usar expresiones como «qué ricos...», «vamos a la cama», etc.

- Contacto físico: Es todo hecho intencional a actividades sexuales. Pueden ser rozamientos, besos o caricias en diversas partes del cuerpo de las víctimas. También el contacto con partes íntimas del abusador y/o víctima (pene, nalgas, pecho, vagina).

- Penetración: Es la introducción del pene en la vagina, ano boca, ya sea de la víctima, abusador o abusadora. La penetración también puede consistir en la introducción de objetos o partes del cuerpo por la vía vaginal o anal.

**“AMIGO POLICIA
AYUDA
A LOS CIUDADANOS”**

LO QUE LOS POLICIAS NO CONOCEN

“ No solo la penetración o violación sexual es abuso sexual. Abuso sexual es cualquier acción con o sin contacto físico, cuya la finalidad es obtener gratificación sexual. ”

Tipos de abuso sexual sin contacto físico:

Existen otras formas de abuso sexual en las que no hay contacto físico. Suelen acompañar o servir de antesala para el contacto físico posterior:

- Espiar al niño, niña o adolescente cuando se viste.
- Exponer los genitales ante el o la menor de edad o masturbarse delante de él o ella.
- Utilizarle para elaborar material pornográfico (tipificado en el código penal Art. 183 a).
- Tomarles fotos o filmarles desnudos.
- Hacer que vea pornografía.
- Incitación, por parte de la persona abusadora, a que el niño, niña o adolescente toque sus genitales.

ANEXO: 14

FICHA DE EXPERTOS



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Henostroza Mota Carmela R.

Título y/o Grado:

Ph. D... () Doctor... () Magiste (X) Licenciado... () Otros. Especifique _____

Universidad que labora: Universidad Nacional Federico Villarreal

Fecha: **jueves 16 de Setiembre 2021**

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes y la percepción visual del personal policial del Callao, 2021

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL		10	1	

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

Celular : 990391417

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: ITURRIZAGA URBINA CESAR MARTIN

Título y/o Grado: MAESTRO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN CON MENCIÓN EN DOCENCIA SUPERIOR E INVESTIGACIÓN

Ph. D... ()	Doctor... ()	Magister... (x)	Licenciado... ()	Otros. Especifique _____
--------------	---------------	-------------------	-------------------	--------------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo Lima Norte

 Fecha: ~~Miércoles~~ **Miércoles 08 de Setiembre 2021**
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes y la percepción visual del personal policial del Callao,2021]

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.



ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	x		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	x		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	x		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	x		
TOTAL		10	1	

 SUGERENCIAS: □

Firma del experto :


 Celular: 975155956 

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: BERNAZA ZAVALA ROCIO LIZZETT _____

Título y/o Grado:

Ph. D... ()	Doctor... ()	Magister... (X)	Licenciado... ()	Otros. Especifique _____
--------------	---------------	-------------------	-------------------	--------------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo Lima Norte

 Fecha: ~~Miércoles~~ **Miércoles 08 de Setiembre 2021**
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes y la percepción visual del personal policial del Callao, 2021

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los items indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.



ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	x		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	x		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	x		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	x		
TOTAL		10	1	

SUGERENCIAS:

Firma del experto _____

 Celular  945935104



Turnitin

The screenshot displays the Turnitin Feedback Studio interface. The main document area shows the following text:

ESCUELA PROFESIONAL DE ARTE Y DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

Publicidad social sobre el abuso sexual en jóvenes y la percepción visual del personal policial del Callao, 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ARTE Y DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

AUTOR:
Cardenas Trujillo, Ricardo Almirar (ORCID: 0000-0003-0349-5689)

ASESOR:
Dr. Cornejo Guerrero, Miguel Antonio (ORCID: 0000-0002-7335-6492)

On the right side, a sidebar shows the similarity score: **Resumen de coincidencias** with a large **17 %** indicator. Below this, a list of sources is provided:

Rank	Source	Percentage
1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	8 %
2	docs.google.com Fuente de Internet	7 %
3	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %
4	cybertesis.unmsm.edu... Fuente de Internet	<1 %
5	www.studocu.com	<1 %

At the bottom of the interface, a status bar shows: **Página: 1 de 82**, **Número de palabras: 19006**, **Versión solo texto del informe**, **Alta resolución**, **Activado**, and the system clock showing **19:44 4/12/2021**.