

**“Año del buen servicio al ciudadano”**

**UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA**

**NUEVOS TIEMPOS, NUEVAS IDEAS**



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y  
HOTELERÍA  
CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**TESINA**

**TÍTULO: LA IDEOLOGÍA DE GÉNERO EN EL CONTENIDO DEL  
FACEBOOK DE PERÚ 21**

**AUTOR: HECTOR WAGNER MONTALVO BENAVIDES**

**Lima – Perú**

**2017**

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación plantea cómo la ideología de género está presente en el contenido del Facebook del diario Perú 21.

El objetivo es analizar la Ideología de género en el contenido del Facebook del diario Perú 21.

La muestra utilizada fue no probabilística intencional y la técnica fue la encuesta realizada a 200 personas con variables de segmentación de sexo y edades entre 18 a 35 años.

Las conclusiones fueron que se encontró que es constante la presencia de la ideología de género en el contenido informativo del portal de Facebook del diario Perú 21, además de frecuente, y que las campañas virales de ideología de género fomentadas por la red social del medio son llamativas para los jóvenes, pero al ser parcializadas confunde y distorsiona principios biológicos científicos.

En el marco de la libertad de prensa y la ruptura de las barreras físicas para la comunicación, surgen nuevos desafíos para los comunicadores y hombres de prensa, los diversos espacios digitales no pueden ser ajenos a él. La parcialidad o el activismo desde los escritorios periodísticos siguen siendo un enemigo activo de desprestigio para el oficio de informar.

Perú 21 es uno de los medios más reconocidos del Perú en la actualidad y su parcialidad referida a temas de género responde a un activismo interno que daña su prestigio y desinforma.

Palabras clave: Ideología, Facebook, género, coyuntura, imparcialidad