

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación



Comunicación política y redes sociales en el distrito de Florida- Bongará Amazonas 2021

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciada en
Ciencias de la Comunicación

Por:

Magali Diaz Diaz

Ada Nina Gutiérrez Ortiz

Asesor:

Mg. José Calsín Molleapaza

Lima, julio de 2023

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo José Calsín Molleapaza docente de la Facultad de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación, de la Escuela Profesional de Comunicación, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“Comunicación política y redes sociales en el distrito de Florida, Bongará-Amazonas 2021.”** De los autores Magali Diaz Diaz y Ada Nina Gutiérrez Ortiz, tiene un índice de similitud de 18% verificable en el informe del programa Turnitin y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima a los 19 días del mes de julio del año 2023.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'José Calsín', with a long horizontal stroke extending to the right.

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a los 12 día(s) del mes de julio del año 2023 siendo las 9:00 horas, se reunieron en el Salón de Grados y Títulos de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del presidente del jurado: Lic. Nick Josías Brañez Medrano; el secretario: Mg. José Víctor Cabrera Aquino; demás miembros: Lic. Romeen Fortunato Aguirre Zambrano y el asesor: Mtro. José Calsín Molleapaza, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulada: **“Comunicación Política y redes sociales en el distrito de Florida, Bongará – Amazonas 2021”** presentado para las bachilleres: Magali Díaz Díaz y Ada Nina Gutiérrez Ortiz, conducente a la obtención del título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

El presidente inició el acto académico de sustentación invitando a los candidatos a hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltos por el candidato. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidato-(a): **Bach. Magali Díaz Díaz**

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
	18	A-	Muy bueno	Sobresaliente

Candidato-(a): **Bach. Ada Nina Gutiérrez Ortiz**

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
	18	A-	Muy bueno	Sobresaliente

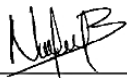
Candidato-(a):

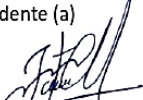
CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	


(*) Ver parte posterior


Finalmente, el presidente del jurado invitó al candidato a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.


“SUSTENTACIÓN REALIZADA BAJO LA MODALIDAD VIRTUAL SINCRÓNICA”

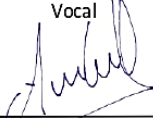

 Lic. Nick Josías Brañez Medrano
 Presidente (a)


 Mtro. José Calsín Molleapaza
 Asesor (a)


 Magali Díaz Díaz
 Candidato/a (a)


 Mg. José Víctor Cabrera Aquino
 Secretario (a)


 Lic. Romeen Fortunato Aguirre Zambrano
 Vocal


 Ada Nina Gutiérrez Ortiz
 Candidato/a (b)

Índice

Índice.....	4
Resumen.....	6
Abstract.....	7
Introducción.....	8
Metodología	11
2.1 Variable y Dimensiones	11
2.1.1 Comunicación Política.....	11
2.1.2 Redes Sociales	12
2.2 Tipo y diseño de investigación.....	13
2.3 Población y Muestra	14
2.4 Técnicas de Recolección y procesamiento de Datos	15
2.5 Procesamiento de Datos	16
Resultados	17
Discusión.....	24
Referencias.....	29
Anexos	33
5.1 Cuestionario para medir la comunicación política	33
5.2 Cuestionario para medir redes sociales	34
5.3 <i>Matriz de operacionalización de variables</i>	36
5.4 Prueba de Normalidad de Datos	38

5.5	Validación de los Instrumentos	40
5.6	Confiabilidad de los Instrumentos.....	43

“Comunicación política y redes sociales en el distrito de Florida, Amazonas, 2021”

Political communication and social media in the district of Florida, Amazonas, 2021.

- a. <https://orcid.org/0009-0004-9348-3730> Diaz Diaz, Magali
- b. <https://orcid.org/0009-0002-5233-649X> Gutiérrez Ortiz, Ada Nina
- c. <https://orcid.org/0000-0002-7688-010X> Calsín Molleapaza, José

Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Humanas y Educación, Universidad Peruana Unión

Resumen

La finalidad del estudio fue dar a conocer la relación entre la comunicación política y las redes sociales en el distrito de Florida, Amazonas, en 2021. La investigación que se realizó tuvo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental de corte transaccional y tipo correlacional. La población estuvo compuesta por 5999 personas, y se seleccionó una muestra de 361 residentes del distrito de Florida. Para el recojo de datos se empleó un cuestionario y el análisis documental. Además, para el procesamiento de los datos se utilizó el Coeficiente de Correlación de Spearman, debido a que los datos no presentaron una distribución paramétrica. Los resultados demostraron una correlación entre la comunicación política y las redes profesionales fue negativa media con un valor de -0.172. Por otro lado, la relación entre la comunicación política y las redes generalistas fue positiva pero débil, con un coeficiente de correlación $rs=0.096$, al igual que la correspondencia entre la comunicación política y las redes especializadas con $rs=0.069$. Se concluyó que la correspondencia entre la comunicación política y las redes sociales en el distrito de Florida, Amazonas, en 2021, fue positiva pero débil, con un coeficiente de correlación $rs=0.042$, lo que evidencia que menos del 1% de la

divulgación política que es usada por los actores llega a través de las plataformas digitales.

Palabras clave: Comunicación; comunicación política; redes sociales

Abstract

The primary objective of the study was to establish the connection between political communication and social media within the district of Florida, Amazonas, during 2021. The research adopted a fundamental correlational approach, utilizing a non-experimental quantitative design of a transactional nature. The total population encompassed 5999 individuals, while a sample of 361 residents from the Florida district was chosen. Data collection was conducted through a survey and documentary analysis. In the analysis of the data, Spearman's correlation coefficient was applied due to the absence of a parametric distribution. The findings revealed a moderately negative correlation of -0.172 between political communication and professional networks. Additionally, a weak positive correlation was observed between political communication and generalist networks, with a correlation coefficient of $r_s=0.096$, similar to the correlation between political communication and specialized networks ($r_s=0.069$). The study concluded that the correlation between political communication and social media in the Florida district of Amazonas during 2021 was weak but positive, represented by a correlation coefficient of $r_s=0.042$. This suggests that less than 1% of political communication by stakeholders is effectively transmitted through social media.

Keywords: *Communication; political communication; social networks.*

Introducción

En el mundo actual, la comunicación política tiene mucha importancia en la manera del comportamiento social de las comunidades, siendo un pilar fundamental para obtener aceptación y reconocimiento público en la población. La comunicación ha experimentado una transformación debido a la incorporación de la tecnología, es por ello que las organizaciones o individuos han hallado en las plataformas digitales un socio clave para involucrarse en temas políticos de relevancia social, ya que estos son las herramientas más factibles para la gran mayoría de los habitantes.

Desde tiempos remotos, tanto la comunicación como la política han tenido un rol crucial en el avance de la humanidad. Ambos factores han colaborado en la estructuración del Estado y en la expansión de sus aptitudes. Con el correr de los años, la política ha evolucionado en paralelo con la comunicación, siendo esta última utilizada por los seres humanos para influenciar a la población y impulsar un enfoque concreto en los ámbitos económico, político y social. En este contexto, se establecen pautas que se alinean con el sistema político en vigor (Reyes et al., 2011).

Desde hace mucho tiempo, la comunicación política a nivel global ha sido una herramienta importante para la interacción entre los gobernantes y los ciudadanos.

En la época actual, una herramienta ejerce un impacto de gran envergadura sobre las perspectivas de los votantes y ciudadanos: las redes sociales. En estas plataformas, aparentemente muchos de los participantes tienen la ocasión de transmitir sus mensajes o concepciones a otros. Las plataformas sociales se han transformado en uno de los medios de comunicación política más influyentes en todas las regiones del planeta, ya que su capacidad de influencia moviliza multitudes,

conduce a cambios en gobiernos, determina los resultados de elecciones y referendos, y configura actitudes relacionadas con el patriotismo, la xenofobia, la homofobia y otros temores, lo que resalta su significativo peso (Dávalos, 2021).

Las nuevas formas de hacer política a través de los canales de difusión y las plataformas virtuales han llevado a la aparición de lo que se conoce como la refundación de un pacto político entre los gobiernos y la población en el sector latinoamericano. Más que un factor democrático, este pacto se basa en la comunicación. De este modo, la nueva forma de gobernar y hacer política implica una narrativa estética centrada en la apariencia, las emociones y la cercanía con el pueblo. Es interesante destacar que la entrada de la política en la esfera mediática no solo ha transformado la forma de comunicar en política, sino que también le ha otorgado mayor relevancia (Ríspolo, 2020).

En los últimos años en nuestra nación, ha habido un rápido aumento en la adopción de herramientas tecnológicas, especialmente en las campañas políticas, donde se desarrolla una competencia que va más allá de los contextos convencionales.. Las plataformas digitales se emplean para alcanzar a los pobladores de manera más ágil y veloz que antaño, con la finalidad de conseguir novedades actualizadas en relación a sus necesidades y demandas. A través de las vías de difusión, es sencillo conocer la perspectiva de los políticos, y también brinda a las personas la posibilidad de hablar y expresar sus opiniones sobre temas de relevancia nacional. No obstante, persiste una falta de comprensión sobre el lazo entre los jefes de la política, figuras de renombre y la población en general, utilizando

las vías de las plataformas digitales, puede modelar los pensamientos públicos y, por consecuencia influir en la decisión del voto (Bohórquez, 2019).

En el departamento de Amazonas, las nuevas formas de hacer política no han sido ajenas a la realidad nacional e internacional, adaptándose con el tiempo a las nuevas formas de comunicar y al comportamiento de la población digital. Las políticas públicas en el departamento se han ido modificando conforme han evolucionado las tecnologías de información y canales de comunicación. No obstante, las comunidades alejadas aún muestran gran parte de la población en un analfabetismo digital.

Esta investigación es importante desde la perspectiva de la convivencia, ya que permitió comprender la relación entre la comunicación política y las redes sociales en el distrito de Florida, Amazonas. Esto promoverá y contribuirá a comprender la extensión de la divulgación política mediante la utilización de las plataformas de medios digitales y si es tan efectiva cuando se utiliza el principio de popularidad. En términos sociales, el estudio fue un instrumento de medición para la comunidad, considerando que los resultados servirán para canalizar de la mejor manera la información política y llegar así a la mayor parte de la población, fortaleciendo los vínculos sociales.

En cuanto a las implicaciones prácticas, la comunicación política está en constante cambio, por lo que encontrar los canales y mecanismos para informar adecuadamente a la población es fundamental con el propósito de lograr la sostenibilidad en el avance de las comunidades. En este sentido, el estudio contribuirá a conocer las principales herramientas que la mayoría de la población

utiliza, y con ello, tratar de equilibrar la información y su recepción. Desde la óptica teórica, este estudio aportará al conocimiento científico y los instrumentos servirán como soporte para futuros estudios.

Metodología

2.1 Variable y Dimensiones

2.1.1 Comunicación Política

Una acción coordinada con el propósito de comunicar un mensaje con la intención de alcanzar a los votantes, con el objetivo de ejercer influencia sobre ellos, motivarlos, guiar su pensamiento, educarlos y brindarles información (Carpio & Mateos, 2006).

Para la variable de comunicación política, se consideraron las siguientes dimensiones:

Dimensión pragmática: Designa el estudio de las estrategias exitosas de comunicación, como extensión de la semiología o teoría de los signos, que estudia la relación entre los signos y sus usuarios (Gerstlé, 2020).

Dimensión simbólica: En gran parte, la política se fundamenta en la utilización del lenguaje. Cuando se busca persuadir o convencer, negociar o intimidar, el empleo del lenguaje se presenta como una opción en lugar de recurrir a la fuerza física (Gerstlé, 2020).

Dimensión estructural: Los elementos organizativos de la comunicación se refieren a las rutas por las cuales se dirige, siendo los conductos, sistemas y plataformas los que posibilitan los intercambios comunicativos (Gerstlé, 2020).

2.1.2 Redes Sociales

Un entorno de intercambio y colaboración en el cual se conectan entidades sociales y entidades públicas y privadas con el propósito de lograr un objetivo mutuo, fundamentado en normas y valores compartidos. Estas uniones se pueden clasificar en tres categorías: redes de expertos, redes generalizadas y redes focalizadas en un área específica (Palomino, 2019).

Para la variable comunicación política, se consideró las siguientes dimensiones:

Redes profesionales

Han aportado al fortalecimiento del concepto de "networking" entre las pequeñas y medianas empresas, así como en las posiciones de nivel intermedio dentro de las compañías. Su importancia radica en la construcción progresiva de una red de contactos profesionales (Hütt, 2012).

Redes generalistas

Presentan perfiles de usuarios muy parecidos a los previos, aunque con tasas de expansión diferentes, influenciadas por la adición de contactos que acceden para interactuar o compartir información (Hütt, 2012).

Redes especializadas

Es influenciada por una actividad social, económica, deportiva o académica, posibilitando el cumplimiento de una necesidad intrínseca en las personas de integrarse en colectivos que comparten atributos e intereses afines (Hütt, 2012).

2.2 Tipo y diseño de investigación

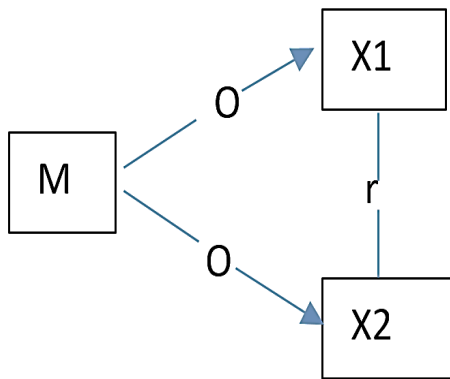
En un inicio, es importante mencionar que la naturaleza de la investigación en esta indagación fue de carácter fundamental. Siguiendo la orientación del Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica, esta forma de estudio tiene como propósito obtener un entendimiento más profundo a través del análisis de los elementos esenciales de los acontecimientos, los sucesos perceptibles o las interconexiones establecidas por los entes involucrados (Concytec, 2020). Del mismo modo, el nivel de investigación en el que se fundamentó fue de carácter correlativo, por consiguiente, este tipo de investigaciones tienen como objetivo evaluar las variables individualmente y/o en conjunto, con la finalidad de medir el nivel de relación entre ellas o con otros conceptos considerados al momento de cuantificar y analizar su conexión. (Hernández et al., 2014).

De acuerdo a su perspectiva, tuvo un enfoque de naturaleza cuantitativa, ya que mediante la utilización del instrumento se recopilaron y analizaron datos que pueden ser expresados en términos numéricos, lo que permitió verificar la hipótesis planteada a través de mediciones numéricas y estadísticas.

El diseño de la investigación adoptado fue de naturaleza no experimental, tomando en consideración que no se llevaron a cabo manipulaciones de las variables mencionadas. Además, este estudio fue conducido de tal manera que la investigadora no intervino de manera deliberada para modificar las variables involucradas; solo se limitó a observar y analizar el comportamiento dentro de su ambiente natural, lo que permitió obtener características propias. Se consideró

importante caracterizar a la investigación como transeccional, ya que los datos fueron recopilados en un instante y lugar específico, claramente definido.

Como se esquematiza a continuación:



Donde:

X1: Variable 1 (Comunicación Política)

X2: Variable 2 (Redes Sociales)

r: relación existente

O: Observación

2.3 Población y Muestra

Tabla 1

Población de estudio

N°	Pobladores	Masculino	Femenino	Total
1	Pobladores del distrito de Florida	2996	3004	5999
	Total	2996	3004	5999

Fuente: (INEI, 2018, p. 190)

Muestra

La elección de la muestra se hizo empleando el método de muestreo aleatorio simple en poblaciones limitadas, siguiendo una aproximación probabilística. En este procedimiento se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q} = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(5999)}{(0.05)^2(5998) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)} = 361$$

Dónde:

N= Representa la población total

n= Denota el tamaño deseado de la muestra.

z= Nivel de Confianza (NC) 95%=1.96

e= Erro de estimación máximo aceptado 5%

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito) 50%

q = (1 – P) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado 50%

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(5999)}{(0.05)^2(5998) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)} = \mathbf{361}$$

M1: La muestra estuvo compuesta por 361 pobladores del distrito de Florida.

2.4 Técnicas de Recolección y procesamiento de Datos

Encuesta

Se empleó un método de obtención de datos en primera instancia, considerando las particularidades de la investigación. La información fue reunida mediante un cuestionario predefinido, de naturaleza cerrada y organizada en categorías ordinales y politómicas, posibilitando el recojo de información.

Técnica Documental

Facilita la adquisición de información significativa destinada a la eficiente y prudente utilización de los recursos documentales disponibles. Se obtuvieron datos a partir de fuentes secundarias tales como libros, revistas, panfletos y otros materiales bibliográficos.

Observación directa

Se empleó durante la obtención de datos en la fase de campo, interactuando con los individuos, de manera que posibilitó la obtención de información precisa y coherente con los objetivos del estudio.

El cuestionario

Para Tamayo y Siesquén (2016), el cuestionario incluye una serie de interrogantes diseñadas para recopilar, examinar y evaluar datos acerca de los eventos investigados en grupos de individuos (muestras). Las preguntas buscan obtener información a partir de las respuestas proporcionadas por la población. La encuesta fue organizada con preguntas de naturaleza ordinal con múltiples categorías, siguiendo la escala de Likert, con la finalidad de recopilar información que pueda cuantificarse, ser precisa y confiable.

Ficha de registro de datos

En el método de observación directa, se empleó una ficha de recolección de información con el objetivo de registrar datos significativos durante la labor de campo. Esto permitió fortalecer los resultados basándose en los apuntes y evidencias consideradas fundamentales.

Fichas bibliográficas

En el enfoque de análisis documental, se emplearon fichas bibliográficas con el fin de registrar información bibliográfica de recursos documentales, incluyendo nombres completos de autores, títulos de libros y revistas, así como detalles sobre la editorial, lugar y año de publicación, entre otros aspectos.

2.5 Procesamiento de Datos

El procesamiento y análisis de los datos se ejecutó en varias fases. Inicialmente, se llevó a cabo la categorización, registro, y la conversión de los resultados derivados de la encuesta en formato codificado. Estos datos se dispusieron en tablas de

distribución de frecuencias, apoyándose en las herramientas Excel y SPSS. Posteriormente, se aplicó el enfoque estadístico basado en el coeficiente de correlación de Spearman para analizar las conexiones entre las variables. Antes de esta etapa, se realizó una evaluación de la normalidad de los datos, y al observar que no cumplían con los requisitos paramétricos, por ello se empleó el coeficiente de correlación de Spearman.

Para la validación del instrumento utilizado en la encuesta, se consideró la opinión de 3 expertos investigadores. Esto permitió asegurar que el cuestionario era adecuado y relevante para medir las variables de interés. Finalmente, se midió la fiabilidad del instrumento utilizando el Alfa de Cronbach, y los resultados mostraron una alta confiabilidad con un valor de 0.936.

Con estas metodologías y técnicas de análisis, se obtuvieron datos confiables y válidos para el estudio, lo que refuerza la excelencia de los resultados adquiridos y la comprensión de la conexión entre las variables analizadas.

Resultados

Relación entre la comunicación política y las redes profesionales en el distrito de Florida, Amazonas, 2021

Tabla 2

Relación entre la comunicación política y las redes profesionales

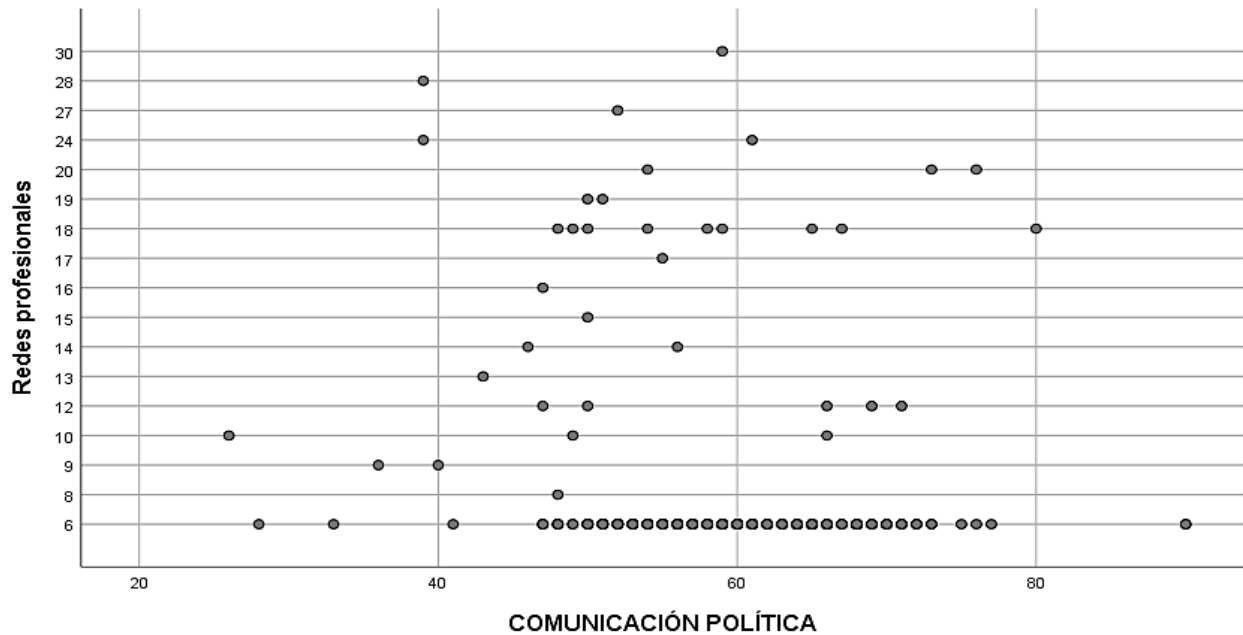
		Comunicación Política	Redes profesionales
Comunicación Política	Coeficiente de correlación	1,000	-,172**
	Sig. (bilateral)	.	,001
	N	361	361

	Coefficiente de correlación	-,172**	1,000
Redes profesionales	Sig. (bilateral)	,001	.
	N	361	361

En la tabla 2 se observa la relación entre la comunicación política y las redes profesionales utilizadas en el distrito de Florida durante el año 2021, y se muestra una correlación negativa media con un valor de -0.172. Estos resultados indican que las redes profesionales no son utilizadas por los comuneros para recibir información política del gobierno. En otras palabras, existe una baja conexión o interacción entre la comunicación política y las redes profesionales en esta comunidad durante el período analizado.

Figura 1

Dispersión simple con ajuste de línea de redes profesionales por comunicación política



En la figura 1, la línea de tendencia muestra que la comunicación política tiene una correspondencia inversamente proporcional con las redes profesionales. Esto implica que a medida que incrementa la comunicación política, decrece la utilización de

redes profesionales y viceversa. Por lo tanto, podemos inferir que la implementación de un mecanismo de comunicación política no asegura el uso de redes profesionales, ya que ambas variables son independientes y no están fuertemente relacionadas entre sí. Es importante tener en cuenta este hallazgo al diseñar estrategias de comunicación política y tener en cuenta otros elementos que afectan en la utilización de las redes profesionales por parte de la población.

Relación entre la comunicación política y las redes generalistas en el distrito de Florida, Amazonas, 2021

Tabla 3

Relación entre la comunicación política y las redes generalistas

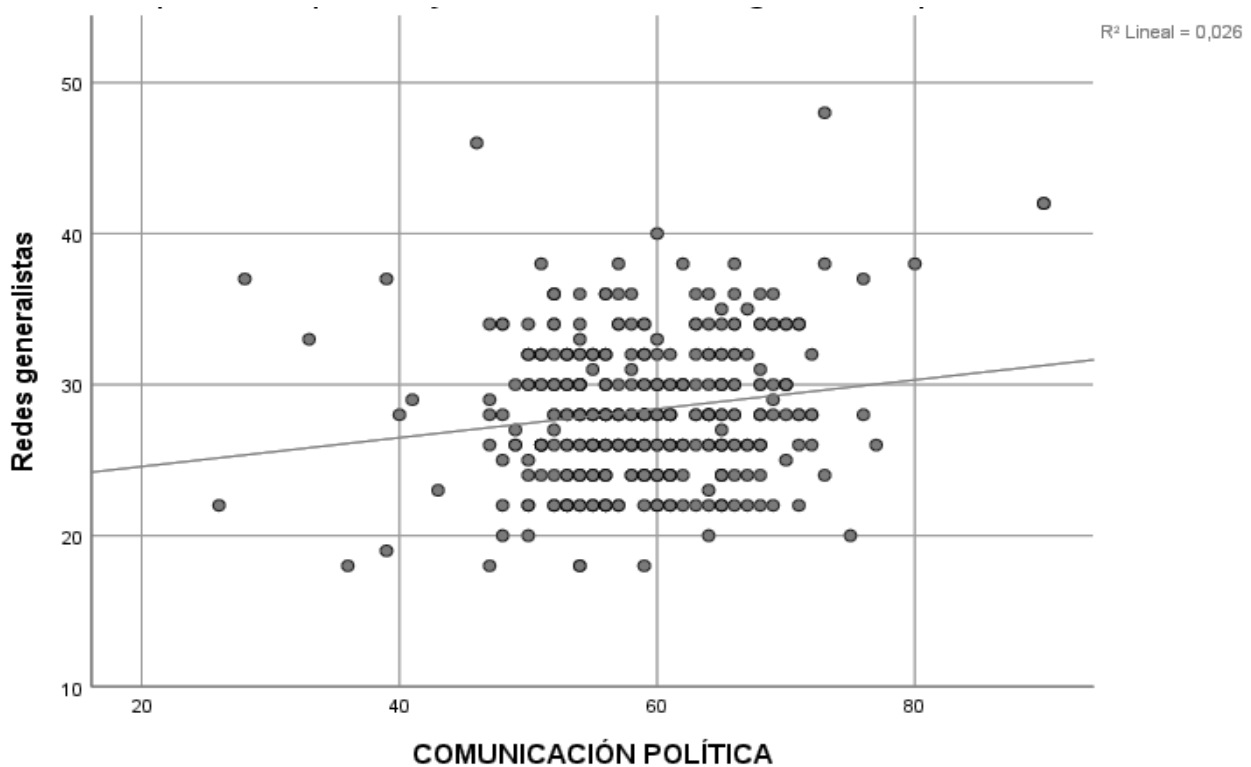
		Comunicación Política	Redes generalistas
Comunicación Política	Coefficiente de correlación	1,000	,096
	Sig. (bilateral)	.	,068
	N	361	361
Redes generalistas	Coefficiente de correlación	,096	1,000
	Sig. (bilateral)	,068	.
	N	361	361

En la tabla 3 se observa la relación entre la comunicación política y las redes generalistas utilizadas en el distrito de Florida durante el año 2021, y se muestra una correlación positiva débil con un coeficiente de correlación $r_s=0.096$. Si consideramos el coeficiente de determinación (r_s^2), podemos concluir que solo el 1% de la variabilidad en la comunicación política utilizada por los actores se explica a través de

la utilización de estas plataformas de medios digitales. Esto significa que la correspondencia entre la comunicación política y las redes generalistas es baja y que el uso de estas redes sociales tiene un impacto mínimo en la comunicación política utilizada en el distrito de Florida. Otros factores o medios de comunicación podrían estar influyendo de manera más significativa en la divulgación y recepción de datos política en esta comunidad.

Figura 2

Dispersión simple con ajuste de línea de redes generalistas por comunicación política



El texto está correctamente escrito y no requiere corrección. La redacción es clara y precisa, y el mensaje se comunica de manera efectiva. Se explica que la línea de tendencia en la figura 2 muestra una correspondencia positiva entre la comunicación política y las redes generalistas. Además, se enfatiza que un mejor uso de los

mecanismos de comunicación política por parte de los actores resultará en un mejor resultado en la utilización de plataformas digitales generalistas con el fin de transmitir información política.

Relación entre la comunicación política y las redes especializadas en el distrito de Florida, Amazonas, 2021

Tabla 2

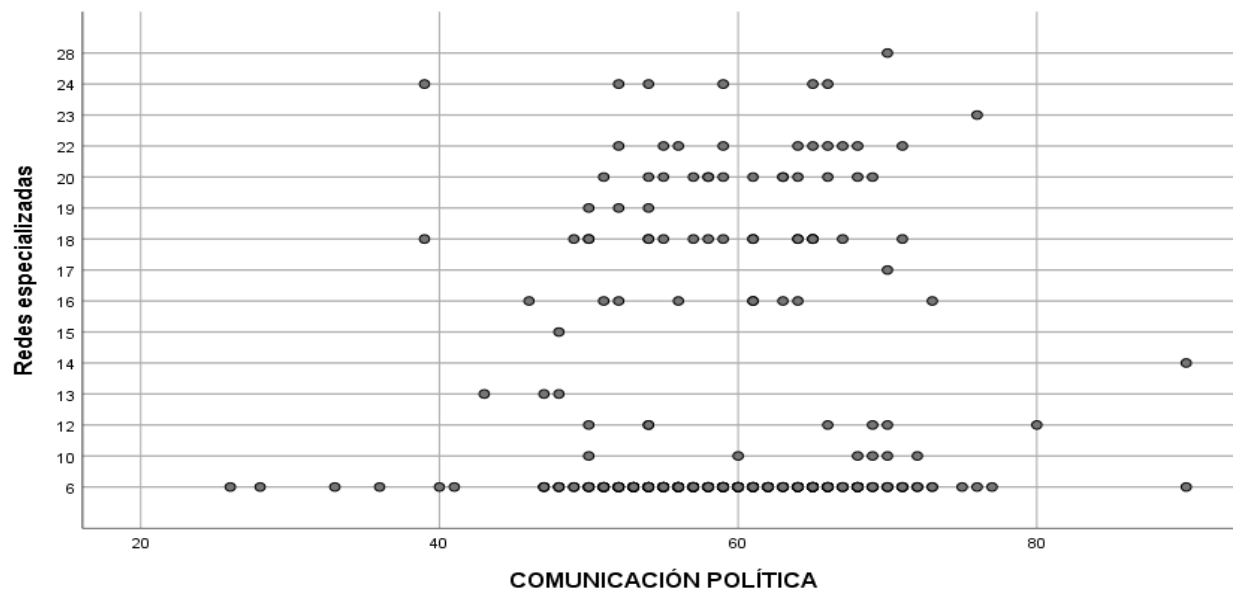
Relación entre la comunicación política y las redes especializadas

		Comunicación Política	Redes especializadas
Comunicación Política	Coefficiente de correlación	1,000	,069
	Sig. (bilateral)	.	,192
	N	361	361
Redes especializadas	Coefficiente de correlación	,069	1,000
	Sig. (bilateral)	,192	.
	N	361	361

En la tabla 4 se muestra la correspondencia entre la comunicación política y las redes especializadas utilizadas en el distrito de Florida durante el año 2021, demostrando una correlación positiva débil con un coeficiente de correlación $r_s=0.069$. Si consideramos el coeficiente de determinación (r_s^2), podemos indicar que menos del 1% de la comunicación política es usada por los actores llega a través de este tipo de redes.

Figura 2

Dispersión simple con ajuste de línea de redes especializadas por comunicación política



La línea de tendencia de la figura 3 muestra que la comunicación política tiene una correspondencia positiva con las redes especializadas, por lo tanto, cuanto mejor se haga uso de los mecanismos de comunicación política, se logrará un rendimiento más favorable al emplear las plataformas especializadas para la divulgación de información política.

Relación entre la comunicación política y las redes sociales

Tabla 3

Relación entre la comunicación política y las redes sociales

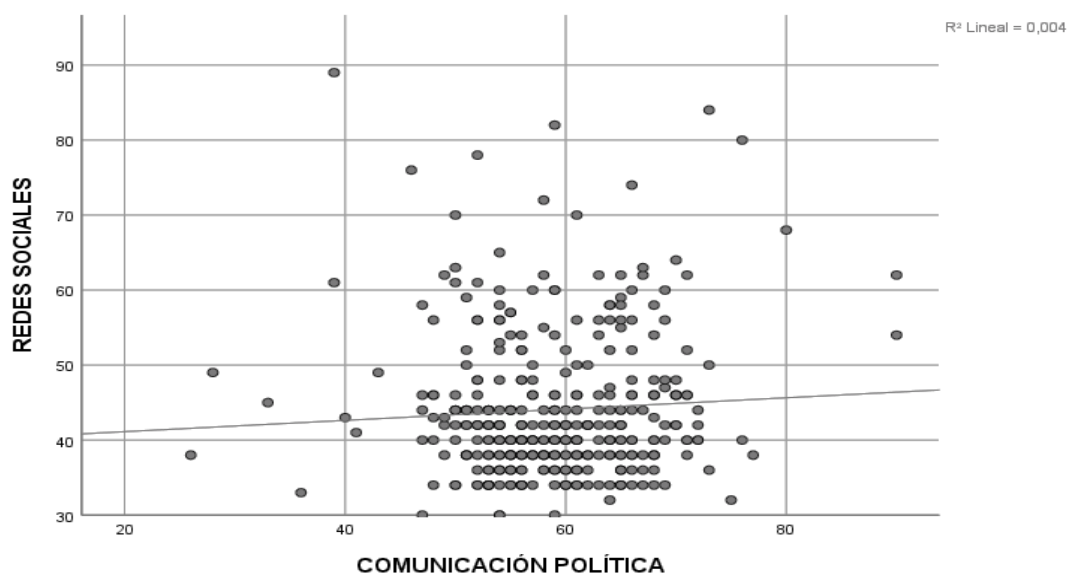
		Comunicación Política	Redes Sociales
Comunicación Política	Coeficiente de correlación	1,000	,042
	Sig. (bilateral)	.	,432

	N	361	361
Redes Sociales	Coefficiente de correlación	,042	1,000
	Sig. (bilateral)	,432	.
	N	361	361

El texto está correctamente escrito y no requiere corrección. La redacción es clara y precisa, y el mensaje se comunica de manera efectiva. Se informa que en la tabla 5 se muestra la correspondencia entre la comunicación política y las redes sociales utilizadas en el distrito de Florida durante el año 2021, evidenciando una correlación positiva débil con un coeficiente de correlación $r_s=0.042$. Luego, se destaca que, al considerar el coeficiente de determinación (r_s^2), se puede indicar que menos del 1% de la comunicación política utilizada por los actores llega a través de las redes sociales.

Figura 3

Dispersión simple con ajuste de línea de redes sociales por comunicación política



La línea de tendencia de la figura 4, Evidencia que existe una relación positiva entre la comunicación política y las plataformas especializadas en línea. En consecuencia, un uso efectivo de los métodos de comunicación política por parte de los actores conlleva a un mayor éxito en el empleo de las redes sociales para la difusión de información política.

Discusión

La comunicación es un factor esencial para la supervivencia humana, por lo que por cada acción social que se pretende realizar requiere de una comunicación; en ese contexto, el ser humano es dependiente de este componente. Si tomamos la conceptualización de Rocha (2013), podemos afirmar que la comunicación representa un procedimiento dinámico que capacita a los individuos, por medio de puntos de referencia compartidos, para crear en conjunto ideas y proyectos en beneficio del progreso de la sociedad. En otro contexto, es relevante destacar la comunicación política como una diversidad de teorías y enfoques, que abarca prácticas intrínsecamente políticas, motiva tácticas y comportamientos que fluctúan de acuerdo a las posiciones de autoridad y las circunstancias experimentadas por los participantes en la esfera política (Gerstlé & Soto, 2015). Por otra parte, las plataformas de medios sociales posibilitan un tipo específico de transmisión de información y colaboran en la propagación de especulaciones, lo que, en consecuencia, influye en la configuración de la percepción colectiva y cumple una tarea en la orientación de la convivencia social (Palomino, 2019).

A partir de la fundamentación teórica y la problemática identificada en base a las variables de estudio se planteó como cuestión fundamental ¿Cuál es la conexión entre la comunicación política y redes sociales en el distrito de Florida, Amazonas, 2021?, tomando en cuenta como meta principal el establecimiento de la conexión entre la comunicación política y las plataformas digitales en el distrito de Florida, Amazonas, 2021; en base a lo planteado se demostró que la correspondencia entre la comunicación política y las redes sociales utilizadas en distrito de Florida durante el 2021, fue positiva débil con $r_s=0.042$, evidenciando que menos del 1% de la divulgación política utilizada por los actores llega a través de las redes sociales. Estos resultados difieren de los encontrados por (Gelpi, 2018), identificó correlaciones importantes y positivas entre los aspectos políticos (conocimiento, eficacia y conversaciones) y las modalidades de implicación en la esfera política durante el marco electoral. Estas diferencias evidencian que el comportamiento de los ciudadanos difiere dependiendo de las características de avance tecnológico mostradas en el lugar. Si es necesario afirmar que el dialogo desempeña un rol esencial en las estructuras democráticas, dado que posibilita la comprensión de la gestión de los líderes y facilita la formación autónoma de nuestras opiniones y comportamientos respecto al gobierno. Sin embargo, esto se encuentra influenciado por otros elementos sociales, como la edad, posición económica, momento temporal, entorno espacial y otros elementos que influyen en la utilización de las plataformas digitales.

De otro modo, uno de los objetivos planteados fue demostrar la relación entre la comunicación política y las redes generalistas en el distrito de Florida en 2021. Se encontró que la correspondencia entre la comunicación política y las redes generalistas

utilizadas en dicho distrito durante el 2021 fue positiva débil con $r_s=0.096$, determinando que solo el 1% de la divulgación política usada por los actores llega a través de este tipo de redes sociales. Estos hallazgos coinciden con diversos estudios, como el realizado por (Rivera, 2019) se constató que todos los miembros de un partido que tienen presencia en el parlamento tienen presencia en los medios digitales como Facebook y Twitter. No obstante, enfocar la táctica de divulgación política solamente en las redes sociales podría ser desventajoso, ya que dejaría fuera a una porción significativa de la población que no está en el entorno digital debido a la falta de interés o acceso a estas plataformas. En el estudio, se logró demostrar que la mayor proporción de la población no hace uso de estas herramientas digitales, lo que evidencia que el uso de medios sociales de forma virtual para la comunicación política aún es insipiente y poco efectivo. Estos resultados también coinciden con lo expresado por (Tello, 2021), quien concluyó que las redes sociales son poco empleadas para fines políticos en campañas electorales, a pesar de ser un indicador fuerte de cohesión social. Esto se debe a que las plataformas digitales todavía tienen una llegada limitado y no se aplican estrategias efectivas para maximizar sus posibilidades. Las plataformas principales utilizadas son Facebook y Twitter. En contraste, los hallazgos de (Gertin, 2020) muestra hallazgos contrastantes, evidenciando que la comunicación política en la era 2.0 ha descubierto una fuente sustancial de datos mediante las plataformas de medios sociales. No obstante, con el propósito de que su impacto en la construcción de la conciencia cívica sea relevante, se requiere una mejora en la calidad del contenido de las campañas locales en Facebook y Twitter. Esto permitiría que los ciudadanos

adquieran conocimiento sobre sus derechos y deberes y tomen decisiones que beneficien a la comunidad.

Los propósitos vinculados con la relación entre la comunicación política y las plataformas de medios sociales, tanto en los aspectos profesionales como especializados, se enfrentaron a la realidad de que prácticamente la totalidad de la población carece de acceso y no utiliza este medio de canales de comunicación. Tal como sostiene (Chávez, 2016) señala que los medios sociales con una organización más formal son una presencia continua en la vida diaria de los pobladores y la estrategia de divulgación política debe ajustarse a este ritmo emergente para promover la conexión individualizada con la población. En el presente, una porción significativa de la contienda electoral tiene lugar en las plataformas digitales, y los postulantes que estén mejor dotados aumentan en un 25% sus probabilidades de alcanzar la victoria. Sin embargo, esto deja de lado la confiabilidad de la información, ya que no se hace uso eficiente de redes individualizadas.

Estas afirmaciones encuentran respaldo en (Mellado, 2017), que argumenta que, pese al crecimiento de las plataformas especializadas como medio de comunicación política a nivel global, no se observa una estrategia digital efectiva para fortalecer una conexión directa y fiable con la población. En nuestra nación, el empleo de las plataformas de medios sociales como medio de comunicación política también ha experimentado un incremento, aunque todavía es percibido por los líderes políticos como un complemento a los canales tradicionales de comunicación. En el departamento, las condiciones son similares, y específicamente en la comunidad de Florida, se logró demostrar que las redes profesionales no son utilizadas por los

comuneros para recibir información política del gobierno, y, de otro modo, se evidenció que menos del 1% de la comunicación política empleada por las personas llega a través de este tipo de redes sociales. Esto confirma una vez más el uso inadecuado o nulo de las redes especializadas por parte de la población.

Por tanto, es preciso indicar que mientras no se planifique un desarrollo sostenible de la tecnología, la comunicación política no será efectiva en los pobladores y, en consecuencia, no habrá una conciencia ciudadana generalizada. Resulta imperativo implementar acciones encaminadas a elevar la disponibilidad y la formación tecnológica de la comunidad, así como para diseñar estrategias de comunicación política más eficientes y confiables que aprovechen el potencial de las redes sociales de forma individualizada y personalizada. Esto permitirá una mayor participación ciudadana y una construcción más sólida de la conciencia política en la sociedad.

Referencias

- Bohórquez López, V. W. (2019). El efecto Mariposa de los Medios de Comunicación Sociales en la Opinión Pública. La revocatoria de la alcaldesa de Lima, Perú. (C. d. comunicación, Ed.) *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(1), 69-80. https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/handle/CONSEJO_REP/3257
- Carpio, O., & Mateos, Z. (2016). *Comunicación política en campañas electorales* (1 ed.). (P. Biggio Pastor, Ed.) Lima, Perú: Ágora democrática. <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/comunicacion-politica-en-campanas-electorales.pdf>
- Chaves Montero, A. (2016). *La comunicación política en las redes sociales durante la campaña electoral de 2015 en España : uso, efectividad y alcance*. Universidad de Huelva (UHU), Departamento de Sociología y Trabajo Social. España: Universidad Internacional de Andalucía. <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/14499>
- Chaves, A. (2016). *La comunicación política en las redes sociales durante la campaña electoral de 2015 en España : uso, efectividad y alcance*. Tesis para Maestría. Universidad de Huelva (UHU), España. Retrieved 23 de Setiembre de 2021, from https://www.lareferencia.info/vufind/Record/ES_9afca384611188fcbf995a4e0dfc14cf
- Concytec. (2020). *Guía práctica para la formulación y ejecución de proyectos de investigación y desarrollo experimental (I+D)*. (D. d. investigación, Ed.) Lima, Perú: Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica - CONCYTEC. <https://doi.org/http://hdl.handle.net/20.500.12390/2187>
- Dávalos López, A. (2021). *La comunicación política en tiempos de emergencia* (1 ed.).

- (E. Abya-Yala, Ed.) Quito, Ecuador: Consorcio de Gobiernos Autónomos.
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/58449.pdf>
- Gelpi Texeira, R. (2018). Política 2.0: las redes sociales (Facebook y Twitter) como instrumento de comunicación política. Estudio: caso Uruguay. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. Madrid: Departamento de Sociología. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/49515/>
- Gerstlé, J., & Soto, H. (2015). La comunicación política (2 ed.). Santiago, Chile: LOM Ediciones. <https://www.worldcat.org/title/comunicacion-politica/oclc/892462053>
- Gertin Barturen, R. E. (2020). La comunicación política 2.0 por redes sociales en relación a la construcción de conciencia ciudadana, durante la elección municipal de Lima - 2018. Universidad de San Martín de Porres, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología. Lima: Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación . <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/7126>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). Metodología de la Investigación (6 ed.). Mexico D.F., Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- INEI. (2018). Información estadística actualizada sobre la magnitud, distribución y composición de la población, así como. Instituto Nacional de Estadística e Informática, Dirección Nacional de Censos y Encuestas. Lima: Presidencia del Consejo de Ministros. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1567/01TOMO_01.pdf

- Mellado Alania, J. d. (2017). La aplicación de las redes sociales para mejorar y optimizar la comunicación política del congresista Yonhy Lescano Ancieta con los ciudadanos, etapa preelectoral 2011 - 2016. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Letras y Ciencias Humanas. Lima: Escuela Profesional de Comunicación Social.
https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNMS_c7cf04ded216d7917d830b04c1888c19
- Palomino, L. (25 de Octubre de 2019). Redes Sociales, Tecnologías y Educación. Educación, 21(11), 45-50.
<https://www.usmp.edu.pe/publicaciones/boletin/fia/info69/sociales.pdf>
- Reyes Montes, M. C., Quínn Parrales, J. A., Morales Gómez, J. M., & Rodríguez Manzanares, E. (2011). Reflexiones sobre la comunicación política. (e. C. Red de Revistas Científicas de América Latina, Ed.) Espacios Públicos, 14(30), 85-101.
<https://www.redalyc.org/pdf/676/67618934007.pdf>
- Ríspolo, F. (2020). El campo de la comunicación política: el lugar de la comunicación de gobierno. (Scielo, Ed.) Postdata, 25(1), 99-135.
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-96012020000100041
- Rivera Martín, B. (2019). La comunicación política de Podemos en las redes sociales Facebook y Twitter: estudio de caso. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/50754/>
- Rocha Torres, C. A. (2013). Reflexiones sobre el campo de la comunicación (1 ed.). (AFACOM, Ed.) Bogotá, Colombia: Manuscripta S.A.S.

<https://books.google.com.pe/books?id=qHFABAAAQBAJ&pg=PA8&lpg=PA8&dq=Reflexiones+sobre+el+campo+de+la+comunicaci%C3%B3n+Manuskripta&source=bl&ots=JK3RPI5WBk&sig=ACfU3U2YzRj-wCB6VBi7fgskdIDxXUyEyw&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiL0LKLluLzAhVkSzABHTPkDdAQ6AF6BAg0EAM#>

Tamayo Ly, C., & Silva Siesquén, I. (2016). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. Proyecto de investigación. Universidad Católica los Angeles de Chimbote, Chimbote, Perú. <https://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/23.pdf>

Tello Cerrón, E. R. (2021). Las redes sociales como instrumento de comunicación política en campaña: elecciones presidenciales 2011 - Perú. Universidad Nacional Federico Villarreal, Facultad de Derecho y Ciencia Política. Lima: Vicerrectorado de INVESTIGACIÓN. <https://repositorio.unfv.edu.pe/handle/20.500.13084/4990>

Anexos

5.1 Cuestionario para medir la comunicación política

Estimado(a) poblador, acudo a usted para solicitar su permiso y al mismo tiempo su apoyo para la resolución de las siguientes interrogantes que forman parte de la investigación titulada “Comunicación política y redes sociales en el distrito de Florida, Bongará Amazonas, 2021”, las respuestas que usted proporcione serán utilizadas con fines investigativos y específicamente en el proceso de estructuración del informe final.

Escala:

Totalmente de acuerdo=5

De acuerdo=4

Indecisa afirmación=3

En desacuerdo=2

Totalmente en desacuerdo=1

N°	ÍTEM	5	4	3	2	1
	Dimensión pragmática	5	4	3	2	1
1	Considera que los políticos han logrado informar de manera coherente lo que pretendían dar a conocer					
2	Los mecanismos y herramientas que utilizan para llegar a la población son las adecuadas					
3	Es confiable la información que transmiten los políticos					
4	Han logrado convencer a la población con acciones claras y precisas					
5	Los políticos siempre están cooperando y contribuyendo a la solución de problemas locales					
6	Cuando existen controversias en sus acciones, solucionan sin perjudicar a la población					
	Dimensión simbólica	5	4	3	2	1
7	Las propuestas de los políticos están acorde con la realidad local					
8	Considera que las decisiones tomadas por las autoridades se ajustan a la realidad del espacio del desarrollo local					
9	Los discursos presentados por los políticos son significativos para la población					
10	Los discursos presentados están en base a las necesidades y exigencias de la población					
11	Las representaciones simbólicas (ejemplos, escenificación, etc) que presentan hacen confiar en las decisiones que podría tomar para el beneficio de la comunidad					
12	Los políticos están identificados con la población local y los consideran como parte esencial en su toma de decisiones					
	Dimensión estructural	5	4	3	2	1
13	Los canales de comunicación utilizados por los políticos son los adecuados para llegar a la población local					

14	Las autoridades transmiten resultados e información clara y eficiente a la población					
15	Considera que las redes juegan un papel importante dentro de la comunicación política					
16	Los protocolos y herramientas utilizadas por los políticos permiten un intercambio efectivo de información					
17	Los medios que utiliza la población son los adecuados para encontrar respaldo efectivo cuando hace presente sus necesidades ante las autoridades					
18	Los medios de comunicación utilizados son los adecuados para transmitir información veraz					

¡Gracias por su cooperación !

5.2 Cuestionario para medir redes sociales

Estimado(a) poblador, acudo a usted para solicitar su permiso y al mismo tiempo su apoyo para la resolución de las siguientes interrogantes que forman parte de la investigación titulada “Comunicación política y redes sociales en el distrito de Florida, Bongará Amazonas, 2021”, las respuestas que usted proporcione serán utilizadas con fines netamente investigativos y específicamente en el proceso de estructuración del informe final. Por favor responda con sinceridad.

N°	ÍTEM	5	4	3	2	1
REDES SOCIALES						
Redes profesionales		5	4	3	2	1
19	Considera importante el Linkeding para la comunicación política					
20	Utiliza Linkeding para conocer acerca de la experiencia laboral de los políticos					
21	Considera importante el Xing para la comunicación política					
22	Considera importante que los políticos utilicen Xing para gestionar contactos y establecer nuevas conexiones entre profesionales de cualquier sector					
23	Considera importante Viadeo para la comunicación política					
24	Es importante que promuevan las buenas acciones mediante la red Viadeo					
Redes generalistas		5	4	3	2	1
25	Considera importante MySpace para la comunicación política					
26	My Space le permite mostrar sus gustos y preferencias y relacionarse con otros que comparte esas características					
27	Considera importante Facebook para la comunicación política					
28	Considera que el Facebook es la red social que mejor se adapta a su realidad					
30	Considera importante Twiter para la comunicación política					
31	Twiter es la mejor red social para interactuar políticamente					

32	Considera importante Youtube para la comunicación política					
33	Youtube contribuye a entender a la política y a los políticos					
34	Considera importante Instagram para la comunicación política					
35	Utiliza Instagram para informarse acerca de la realidad política					
	Redes especializadas	5	4	3	2	1
36	Considera importante Ediciona para la comunicación política					
37	Ediciona es la red social que mejor seguridad muestra al compartir información					
38	Considera importante SkiSpace para la comunicación política					
39	SkiSpace es una red social importante tanto para conocer del deporte como de la actividad política					
40	Considera importante CinemaVIP para la comunicación política					
41	CinemaVIP es una red potencial para intercambiar ideas sociales y políticas					

¡Gracias por su cooperación !

5.3 Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	Nº	ÍTEM	ESCALA DE MEDICIÓN	
Comunicación política: La comunicación política es toda actividad organizada, dirigida a transmitir un mensaje que permita llegar a los electores con el fin de influir sobre ellos buscando persuadirlos, orientarlos, educarlos e informarlos (Carpio & Mateos, 2006, p. 7)	Dimensión pragmática	Nivel de prácticas efectivas de comunicación	1	Considera que los políticos han logrado informar de manera coherente lo que pretendían dar a conocer	Escala Likert	
			2	Los mecanismos y herramientas que utilizan para llegar a la población son las adecuadas		
		Nivel de relación social	3	Es confiable la información que transmiten los políticos		
			4	Han logrado convencer a la población con acciones claras y precisas		
		Capacidad de cooperación y solución de conflicto	5	Los políticos siempre están cooperando y contribuyendo a la solución de problemas locales		
			6	Cuando existen controversias en sus acciones, solucionan sin perjudicar a la población		
			7	Las propuestas de los políticos están acorde con la realidad local		
	Nivel de percepción de la realidad social y física	8	Considera que las decisiones tomadas por las autoridades se ajustan a la realidad del espacio del desarrollo local			
		Dimensión simbólica	Nivel de control discursivo	9		Los discursos presentados por los políticos son significativos para la población
	10			Los discursos presentados están en base a las necesidades y exigencias de la población		
	Dimensión estructural	Nivel de identificación y proyección simbólica	Canales de flujo de comunicación	11		Las representaciones simbólicas (ejemplos, escenificación, etc) que presentan hacen confiar en las decisiones que podría tomar para el beneficio de la comunidad
				12		Los políticos están identificados con la población local y los consideran como parte esencial en su toma de decisiones
				13		Los canales de comunicación utilizados por los políticos son los adecuados para llegar a la población local
		Redes de flujo de comunicación	Redes de flujo de comunicación	14		Las autoridades transmiten resultados e información clara y eficiente a la población
				15		Considera que las redes juegan un papel importante dentro de la comunicación política
				16		Los protocolos y herramientas utilizadas por los políticos permiten un intercambio efectivo de información
		Medios de flujo de comunicación	Medios de flujo de comunicación	17		Los medios que utiliza la población son los adecuados para encontrar respaldo efectivo cuando hace presente sus necesidades ante las autoridades
				18		Los medios de comunicación utilizados son los adecuados para transmitir información veraz
				19		Considera importante el Linkeding para la comunicación política
	Redes Sociales: permiten una	Redes profesional es	LinkedIn Xing	20		Utiliza Linkeding para conocer acerca de la experiencia laboral de los políticos
				21		Considera importante el Xing para la comunicación política

cierta forma de comunicación de la información y contribuyen a la circulación de los rumores, y, por lo tanto, a la formación de la opinión pública que asegura una función de regulación social (Palomino, 2019).	Redes generalistas	Viadeo	22	Considera importante que los políticos utilicen Xing para gestionar contactos y establecer nuevas conexiones entre profesionales de cualquier sector		
			23	Considera importante Viadeo para la comunicación política		
			24	Es importante que promuevan las buenas acciones mediante la red Viadeo		
			25	Considera importante MySpace para la comunicación política		
			26	My Space le permite mostrar sus gustos y preferencias y relacionarse con otros que comparte esas características		
		Facebook	27	Considera importante Facebook para la comunicación política		
			28	Considera que el Facebook es la red social que mejor se adapta a su realidad		
			30	Considera importante Twiter para la comunicación política		
			31	Twiter es la mejor red social para interactuar políticamente		
			32	Considera importante Youtube para la comunicación política		
		Youtube	33	Youtube contribuye a entender a la política y a los políticos		
			Instagram	34	Considera importante Instagram para la comunicación política	
				35	Utiliza Instagram para informarse acerca de la realidad política	
				Ediciona	36	Considera importante Ediciona para la comunicación política
					37	Ediciona es la red social que mejor seguridad muestra al compartir información
	38	Considera importante SkiSpace para la comunicación política				
	Redes especializadas	SkiSpace,	39	SkiSpace es una red social importante tanto para conocer del deporte como de la actividad política		
			CinemaVIP	40	Considera importante CinemaVIP para la comunicación política	
		41		CinemaVIP es una red potencial para intercambiar ideas sociales y políticas		

5.4 Prueba de Normalidad de Datos

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
ítem1	,398	361	,000	,738	361	,000
ítem2	,406	361	,000	,682	361	,000
ítem3	,236	361	,000	,852	361	,000
ítem4	,296	361	,000	,824	361	,000
ítem5	,372	361	,000	,763	361	,000
ítem6	,359	361	,000	,788	361	,000
ítem7	,328	361	,000	,729	361	,000
ítem8	,324	361	,000	,727	361	,000
ítem9	,296	361	,000	,788	361	,000
ítem10	,282	361	,000	,790	361	,000
ítem11	,268	361	,000	,844	361	,000
ítem12	,233	361	,000	,852	361	,000
ítem13	,463	361	,000	,515	361	,000
ítem14	,264	361	,000	,847	361	,000
ítem15	,291	361	,000	,763	361	,000
ítem16	,312	361	,000	,811	361	,000
ítem17	,458	361	,000	,557	361	,000
ítem18	,396	361	,000	,696	361	,000
ítem19	,525	361	,000	,343	361	,000
ítem20	,526	361	,000	,312	361	,000
ítem21	,534	361	,000	,253	361	,000
ítem22	,533	361	,000	,261	361	,000
ítem23	,530	361	,000	,270	361	,000
ítem24	,533	361	,000	,261	361	,000
ítem25	,301	361	,000	,781	361	,000
ítem26	,300	361	,000	,784	361	,000
ítem27	,366	361	,000	,761	361	,000
ítem28	,368	361	,000	,759	361	,000
ítem29	,198	361	,000	,905	361	,000
ítem30	,193	361	,000	,905	361	,000
ítem31	,216	361	,000	,889	361	,000
ítem32	,220	361	,000	,887	361	,000
ítem33	,308	361	,000	,822	361	,000
ítem34	,304	361	,000	,829	361	,000
ítem35	,470	361	,000	,539	361	,000
ítem36	,468	361	,000	,541	361	,000
ítem37	,472	361	,000	,535	361	,000
ítem38	,475	361	,000	,530	361	,000
ítem39	,478	361	,000	,520	361	,000
ítem40	,481	361	,000	,513	361	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

La normalidad de los datos fue probado a través de Kolmogorov Smirnov, considerando que fue una muestra mayor a 50 individuos.

a) Formulación de la hipótesis:

H0: La investigación se ajusta a una distribución normal

H1: La investigación no se ajusta a una distribución normal

b) Nivel de significancia

$\alpha = 0,05$ (5%)

c) Criterio de decisión

Si $p < 0.05$ rechazamos la H0 y aceptamos la H1

Si $p \geq 0.05$ aceptamos la H0 y rechazamos H1

d) Decisión y conclusión

Considerando que $p=0.000$, se encuentra dentro del criterio $p < 0.05$; entonces rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna. Entonces, es preciso indicar que la investigación no se ajusta a una distribución normal.

5.5 Validación de los Instrumentos

Anexo 2

Validación de Instrumentos



UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
Facultad de Ciencias Humanas y Educación
Validación del instrumento por juicio de expertos

Título del instrumento a validar: "Cuestionario para medir la comunicación política y las redes sociales en el distrito de Florida, Bongará Amazonas, 2021"

INSTRUCCIÓN:

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el número porcentual que usted considera que responde a la afirmación.

1. *¿Considera usted que el instrumento cumple el objetivo propuesto?*
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
2. *¿Considera usted que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?*
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
3. *¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?*
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
4. *¿Considera usted que si aplicara este instrumento a grupos similares se obtendrían datos también similares?*
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
5. *¿Estima usted que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?*
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
6. *¿Qué ítems cree usted que se podría agregar?*
7. *¿Qué ítems cree usted que se deben eliminar?*

Fecha : 04/10/2022

Firma:

Validado por: Alfonso Paredes Aguirre

Grado Académico: Dr. en Administración: Ciencias de la Empresariales

Institución: Universidad Peruana Unión

Ciudad/País: Lima, Perú.

Anexo 2*Validación de Instrumentos*

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
Facultad de Ciencias Humanas y Educación
Validación del instrumento por juicio de expertos

Título del instrumento a validar: “Cuestionario para medir la comunicación política y las redes sociales en el distrito de Florida, Bongará Amazonas, 2021”

INSTRUCCIÓN:

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el número porcentual que usted considera que responde a la afirmación.

1. *¿Considera usted que el instrumento cumple el objetivo propuesto?*

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 **100**

2. *¿Considera usted que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?*

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 **100**

3. *¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?*

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 **100**

4. *¿Considera usted que si aplicara este instrumento a grupos similares se obtendrían datos también similares?*

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 **100**

5. *¿Estima usted que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?*

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 **100**

6. *¿Qué ítems cree usted que se podría agregar?*

7. *¿Qué ítems cree usted que se deben eliminar?*

Fecha (d/m/a): 08-09-2022..... Firma: 

Validado por: Lic. Julian Usca Quispe.....

Grado Académico: Bachiller.....

Institución: Universidad Peruana Unión..... Ciudad/País: Lima Perú.....

Anexo 2*Validación de Instrumentos***UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**

Facultad de Ciencias Humanas y Educación

Validación del instrumento por juicio de expertos

Título del instrumento a validar: "Cuestionario para medir la comunicación política y las redes sociales en el distrito de Florida, Bongará Amazonas, 2021"

INSTRUCCIÓN:

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el número porcentual que usted considera que responde a la afirmación.

1. *¿Considera usted que el instrumento cumple el objetivo propuesto?*

0 10 20 30 40 50 60 **70** 80 90 100

2. *¿Considera usted que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?*

0 10 20 30 40 50 60 70 **80** 90 100

3. *¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?*

0 10 20 30 40 50 60 70 80 **90** 100

4. *¿Considera usted que **de aplicarse** este instrumento a grupos similares se obtendrían datos también similares?*

0 10 20 30 40 50 60 70 **80** 90 100

5. *¿Estima usted que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?*

0 10 20 30 40 50 60 70 **80** 90 100

6. *¿Qué ítems cree usted que se podría agregar?*

7. *¿Qué ítems cree usted que se deben eliminar?*

Fecha (d/m/a): 01/06/2022

Firma: 

Validado por: Nick Josias Brañez Medrano

Título profesional: Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Institución: Universidad Peruana Unión

Ciudad/País: Lima/Perú

5.6 Confiabilidad de los Instrumentos

Confiabilidad de los instrumentos

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,936	2