

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



**Comunicación política y participación juvenil en redes sociales del gobierno
municipal de Aguas Verdes, Tumbes, 2025**

Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTORA:

Bach. Lilian Alicia Peña Santos

Tumbes, 2025

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



**Comunicación política y participación juvenil en redes sociales del
gobierno municipal de Aguas Verdes, Tumbes, 2025**

Tesis aprobada en forma y estilo por:

Mg. Mario Fernando Arbulu Castañeda – presidente

Dr. Wilfredo Barrientos Farias – secretario

Dr. Ruperto Arroyo Coico - vocal

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



Comunicación política y participación juvenil en redes sociales del gobierno municipal de Aguas Verdes, Tumbes, 2025

Los suscritos declaramos que la tesis es original en su contenido y forma.

Br. Peña Santos, Lilian Alicia (Autor)

Código ORCID: 0009-0007-9807-7098

Dr. Ruperto Arroyo Coico (Asesor)

Código ORCID: 0000-0003-0576-1872



UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



Ciudad Universitaria
Av. Universitaria – Pampa Grande – Tumbes

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Tumbes, a los doce días del mes de enero del dos mil veintiséis, siendo las 11:00 horas; y en modalidad presencial en el Auditorio de la Facultad de Ciencias Sociales, se reunieron el jurado calificador en el auditorio de la Facultad de Ciencias Sociales – Universidad Nacional de Tumbes, designado con **RESOLUCIÓN N° 298-2025/UNTUMBES-FACSO-D, del 28 de agosto de 2025**, conformado por Mg. Mario Fernando Arbulú Castañeda (Presidente), Dr. Wilfredo Barrientos Farias (Secretario); y Dr. Ruperto Arroyo Coico (Vocal); reconociendo de la misma forma, al Dr. Ruperto Arroyo Coico como **asesor**, se procedió a evaluar, deliberar y calificar la sustentación de la tesis titulada: **"Comunicación política y participación juvenil en redes sociales del gobierno municipal de Aguas Verdes, Tumbes, 2025"**, para optar el título Profesional de **Licenciada en Ciencias de la Comunicación**, presentada por la:

Br. Lilian Alicia Peña Santos

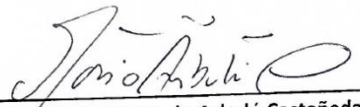
Concluida la sustentación y absueltas las preguntas por parte de las sustentantes y luego de la deliberación, el jurado, según el artículo 65° del Reglamento de Tesis para Pregrado y Posgrado de la Universidad Nacional de Tumbes, declara a la **Br. Lilian Alicia Peña Santos**, APROBADA con el calificativo de **EXCELENTE**.

En consecuencia, queda **EXPEDITA** para continuar con los trámites correspondientes a la obtención del Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación

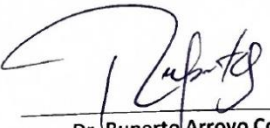
, de conformidad con lo estipulado en la Ley Universitaria N° 30220, el Estatuto, Reglamento General, Reglamento General de Grados y Títulos y Reglamento de Tesis de la Universidad Nacional de Tumbes.

Siendo las 12:00 horas y treinta minutos del mismo día, se dio por concluida la ceremonia académica, procediendo a firmar el acta en presencia del público asistente.

Tumbes, 12 de enero de 2026.


Mg. Mario Fernando Arbulú Castañeda
DNI N° 41650620
Código ORCID: 0000-0003-2754-6129
Presidente


Dr. Wilfredo Barrientos Farias
DNI N° 06698660
Código ORCID: 0000-0001-7155-9408
Secretario


Dr. Ruperto Arroyo Coico
DNI N° 42366595
Código ORCID: 0000-0003-0576-1872
vocal

CC.

Jurados (03)

Asesor

Interesado

- Coasesor

- Archivo (Decanato)

Certificado de originalidad



Lilian Alicia Peña Santos

INFORME DE TESIS _ Comunicación política y participación juvenil_ALICIA PEÑA SANTOS

INFORME DE TESIS 2025

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::3117:532589544

Fecha de entrega

24 nov 2025, 15:00 GMT-5

Fecha de descarga

24 nov 2025, 15:03 GMT-5

Nombre del archivo

INFORME DE TESIS _ Comunicación política y participación juvenil_ALICIA PEÑA SANTOS.docx

Tamaño del archivo

103.2 KB

46 páginas

10.427 palabras

58.317 caracteres

Dr. Ruperto Arroyo Coico




ORCID: 0000-0003-0576-1872



17% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Fuentes principales

- 14%  Fuentes de Internet
- 2%  Publicaciones
- 12%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



Dr. Ruperto Arroyo Coico

ORCID: 0000-0003-0576-1872

Fuentes principales

- 14% Fuentes de Internet
- 2% Publicaciones
- 12% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

| | | | |
|----|-------------------------|---------------------------------------------------|-----|
| 1 | Internet | repositorio.untumbes.edu.pe | <1% |
| 2 | Internet | www.coursehero.com | <1% |
| 3 | Trabajos del estudiante | Universidad San Ignacio de Loyola on 2022-02-25 | <1% |
| 4 | Internet | hdl.handle.net | <1% |
| 5 | Trabajos del estudiante | Universidad Nacional de Tumbes on 2025-08-26 | <1% |
| 6 | Internet | alicia.concytec.gob.pe | <1% |
| 7 | Internet | repositorio.uladech.edu.pe | <1% |
| 8 | Internet | repositorio.upla.edu.pe | <1% |
| 9 | Trabajos del estudiante | Universidad Nacional de Tumbes on 2021-08-10 | <1% |
| 10 | Trabajos del estudiante | Universidad Católica de Santa María on 2024-06-18 | <1% |
| 11 | Internet | revistainvecom.org | <1% |

Dr. Ruperto Arroyo Coico
ORCID: 0000-0003-0576-1872

| | | | |
|----|-------------------------|---------------------------------------------------|-----|
| 12 | Internet | repositorio.undac.edu.pe | <1% |
| 13 | Internet | www.scielo.org.co | <1% |
| 14 | Trabajos del estudiante | Universidad de las Islas Baleares on 2020-01-06 | <1% |
| 15 | Internet | clippingdigital.net | <1% |
| 16 | Internet | gmjmxico.uanl.mx | <1% |
| 17 | Trabajos del estudiante | uees on 2025-08-01 | <1% |
| 18 | Trabajos del estudiante | Universidad Nacional de Tumbes on 2022-09-09 | <1% |
| 19 | Internet | repositorio.ucv.edu.pe | <1% |
| 20 | Trabajos del estudiante | Universidad Católica de Santa María on 2025-11-20 | <1% |
| 21 | Internet | core.ac.uk | <1% |
| 22 | Internet | es.scribd.com | <1% |
| 23 | Internet | issuu.com | <1% |
| 24 | Internet | www.researchgate.net | <1% |
| 25 | Trabajos del estudiante | Cesine University on 2025-10-31 | <1% |

Dr. Ruperto Arroyo Coico
ORCID: 0000-0003-0576-1872

| | | | |
|----|-------------------------|--------------------------------------------------------------------|-----|
| 26 | Trabajos del estudiante | BENEMERITA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE PUEBLA BIBLIOTECA on 2019-10-17 | <1% |
| 27 | Internet | cathi.uacj.mx | <1% |
| 28 | Internet | repositorio.upn.edu.pe | <1% |
| 29 | Internet | cn365.com.ar | <1% |
| 30 | Internet | cybertesis.unmsm.edu.pe | <1% |
| 31 | Internet | informatica.upla.edu.pe | <1% |
| 32 | Internet | repositorio.uwiener.edu.pe | <1% |
| 33 | Internet | www.seeci.net | <1% |
| 34 | Internet | prezi.com | <1% |
| 35 | Internet | www.slideshare.net | <1% |
| 36 | Trabajos del estudiante | Universidad Nacional de Tumbes on 2025-07-16 | <1% |
| 37 | Trabajos del estudiante | Universidad Pontificia Bolivariana on 2019-10-22 | <1% |
| 38 | Internet | produccioncientifica.ucm.es | <1% |
| 39 | Internet | repositorio.unibe.edu.ec | <1% |

Dr. Ruperto Arroyo Coico
ORCID: 0000-0003-0576-1872

| | | |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 40 | Trabajos del estudiante uncedu on 2025-05-24 | <1% |
| 41 | Internet www.mct.gov.br | <1% |
| 42 | Internet youthdemocracycohort.com | <1% |
| 43 | Publicación Peralta Oviedo, Richard. "Competencia digital y aprendizaje autónomo en el CEB..." | <1% |
| 44 | Trabajos del estudiante Universidad Nacional de Educacion Enrique Guzman y Valle on 2025-10-10 | <1% |
| 45 | Trabajos del estudiante Universidad San Ignacio de Loyola on 2017-12-01 | <1% |
| 46 | Internet 1library.co | <1% |
| 47 | Publicación Paola M Dávila, Sue-Hellen Díaz, Jorge Valdés. "Phytoplankton biomass profiles in..." | <1% |
| 48 | Trabajos del estudiante Universidad Carlos III de Madrid on 2023-06-24 | <1% |
| 49 | Trabajos del estudiante University Of Tasmania on 2025-10-27 | <1% |
| 50 | Internet tesis.unsm.edu.pe | <1% |
| 51 | Internet doaj.org | <1% |
| 52 | Internet openaccessojs.com | <1% |
| 53 | Internet repositorio.continental.edu.pe | <1% |

Dr. Ruperto Arroyo Coico
ORCID: 0000-0003-0576-1872

| | | | |
|----|-------------------------|--------------------------------------------------------|-----|
| 54 | Internet | www.deltaasesores.com | <1% |
| 55 | Internet | www.iq.harvard.edu | <1% |
| 56 | Internet | ila.onlinelibrary.wiley.com | <1% |
| 57 | Internet | mobile.repositorio-digital.cide.edu | <1% |
| 58 | Internet | repositorio.ugm.cl | <1% |
| 59 | Internet | www.entrepreneur.com | <1% |
| 60 | Internet | www.minsa.gob.pa | <1% |
| 61 | Trabajos del estudiante | Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2020-12-27 | <1% |
| 62 | Trabajos del estudiante | Universidad Cesar Vallejo on 2025-07-22 | <1% |
| 63 | Trabajos del estudiante | Universidad Internacional de la Rioja on 2022-04-22 | <1% |
| 64 | Internet | alterinfos.org | <1% |
| 65 | Internet | facultad.pucp.edu.pe | <1% |
| 66 | Internet | radiopublic.com | <1% |
| 67 | Internet | repositorio.utp.edu.pe | <1% |

Dr. Ruperto Arroyo Coico

ORCID: 0000-0003-0576-1872

| | | | |
|----|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 68 | Internet | www.canela.org.es | <1% |
| 69 | Internet | www.palermo.edu.ar | <1% |
| 70 | Trabajos del estudiante | Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) - Sede Ecuador on 2016-0... | <1% |
| 71 | Trabajos del estudiante | Universidad Catolica de Santo Domingo on 2022-04-07 | <1% |
| 72 | Trabajos del estudiante | Universidad Catolica de Trujillo on 2018-01-15 | <1% |
| 73 | Trabajos del estudiante | Universidad Nacional de Tumbes on 2025-09-26 | <1% |
| 74 | Trabajos del estudiante | Universidad de Jaén on 2024-04-02 | <1% |
| 75 | Trabajos del estudiante | Universidad de Lima on 2017-07-21 | <1% |
| 76 | Trabajos del estudiante | University of Portsmouth on 2018-01-08 | <1% |
| 77 | Internet | abbt93.wixsite.com | <1% |
| 78 | Internet | dspace.ups.edu.ec | <1% |
| 79 | Internet | es.slideshare.net | <1% |
| 80 | Internet | pt.scribd.com | <1% |
| 81 | Internet | www.criptonoticias.com | <1% |

Dr. Ruperto Arroyo Coico
ORCID: 0000-0003-0576-1872

| | | | |
|----|-------------------------|-----------------------------------------------------|-----|
| 82 | Internet | www.fundacionbuendia.org.mx | <1% |
| 83 | Internet | www.novasur.cl | <1% |
| 84 | Internet | www.pnte.cfnavarra.es | <1% |
| 85 | Internet | www.rcinet.ca | <1% |
| 86 | Internet | www.tecnohuila.com | <1% |
| 87 | Internet | www.unav.edu | <1% |
| 88 | Trabajos del estudiante | Universidad Catolica de Santo Domingo on 2018-04-20 | <1% |
| 89 | Internet | doczz.com.br | <1% |
| 90 | Trabajos del estudiante | Universidad Francisco de Vitoria on 2025-09-16 | <1% |
| 91 | Internet | archive.org | <1% |



Dr. Ruperto Arroyo Coico

ORCID: 0000-0003-0576-1872

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación a mis padres, quienes con su amor, esfuerzo y ejemplo me enseñaron que las metas se alcanzan con disciplina y perseverancia, a ellos, que siempre han sido mi mayor inspiración y mi apoyo incondicional. A todas las personas que creyeron en mí, gracias por su confianza, por sus palabras de aliento y por ser parte de este logro tan importante en mi vida.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiarme en cada paso, darme fortaleza para culminar con éxito esta etapa tan importante, a mis padres por su apoyo constante, y expreso un agradecimiento especial a mi asesor, el Dr. Ruperto Arroyo, por su apoyo y orientación durante el proceso de esta investigación.

ÍNDICE

| | |
|----------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| Resumen..... | 18 |
| Abstrac..... | 19 |
| I. INTRODUCCIÓN | 21 |
| Objetivo general..... | ¡Error! Marcador no definido. |
| Objetivos Específicos..... | ¡Error! Marcador no definido. |
| II. REVISIÓN DE LA LITERATURA..... | 28 |
| 2.1. Antecedentes..... | 28 |
| 2.2. Bases teóricas y científicas..... | 32 |
| 2.2.1. Comunicación política..... | 32 |
| 2.2.2. Participación juvenil..... | 36 |
| III. MATERIALES Y MÉTODOS | 43 |
| 3.1. Hipótesis general..... | 43 |
| 3.2. Definición de variables..... | 43 |
| 3.2.3. Tipo de estudio..... | 45 |
| 3.3. Población, muestra y muestro..... | 46 |
| 3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos..... | 47 |
| 3.5. Procedimiento de recolección de datos | 48 |
| 3.6. Validez y confiabilidad del instrumento | 48 |
| IV. RESULTADOS Y DISCUSIONES | 50 |
| V. CONCLUSIONES..... | 64 |
| VI. RECOMENDACIONES | 65 |
| VII. REFERENCIAS..... | 66 |

Índice de anexos

| | |
|---------------------------------------------------------|----|
| Anexo 1: Matriz de consistencia | 72 |
| Anexo 2. Operacionalización de variables..... | 74 |
| Anexo 3: Cuestionario..... | 78 |
| Anexo 4: Validación por juicio de expertos | 91 |
| Anexo 5: Base de datos..... | 95 |
| Anexo 6. Gráficos de resultados..... | 97 |

Título

Comunicación política y participación juvenil en redes sociales del gobierno municipal
de Aguas Verdes, Tumbes, 2025

RESUMEN

La presente investigación titulada Comunicación política y participación juvenil en redes sociales del gobierno municipal de Aguas Verdes, Tumbes, 2025, tuvo como objetivo principal, determinar la relación entre la comunicación política y la participación juvenil en redes sociales del gobierno municipal de Aguas Verdes, de manera metodológica se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo-correlacional y de diseño no experimental de corte transversal. La población estuvo conformada por jóvenes de 18 a 25 años de ambos sexos del distrito de Aguas Verdes, la muestra consto de 336 encuestados seleccionados mediante el muestreo aleatorio simple. Se aplico la encuesta conformada por 21 ítems, estructurada y validada por juicio de expertos. Los resultados obtenidos, confirman una correlación negativa, entre las variables, comunicación política y participación juvenil en redes sociales, con un coeficiente de correlación de Rho Spearman = 0.151 y un nivel de significancia de $p = 0.006$, lo que permite rechazar la hipótesis nula.

Palabras clave: comunicación política, participación juvenil, redes sociales, motivación, gobierno municipal.

ABSTRACT

This research, entitled "Political Communication and Youth Participation on Social Media in the Municipal Government of Aguas Verdes, Tumbes, 2025," aimed to determine the relationship between political communication and youth participation on social media in the Aguas Verdes municipal government. Methodologically, it employed a quantitative, descriptive-correlational approach with a non experimental, cross-sectional design. The population consisted of young people aged 18 to 25 of both sexes from the Aguas Verdes district. The sample comprised 336 respondents selected through simple random sampling. A 21 item survey, structured and validated by expert review, was administered. The results confirm a negative correlation between the variables of political communication and youth participation on social media, with a Spearman's rho correlation coefficient of 0.151 and a significance level of $p = 0.006$, leading to the rejection of the null hypothesis.

Keywords: political communication, youth participation, social networks, motivation, municipal government.

I. INTRODUCCIÓN

La intersección entre la ciencia política y la comunicación, dan origen la comunicación política como una a la subdisciplina, que se enfoca en la transmisión de la información y la influencia del ámbito político. Del mismo modo, estudia el intercambio de mensajes entre políticos, medios de comunicación y ciudadanía. Por su parte la participación política, es esencial para el fortalecimiento de la democracia, lo que permite a los ciudadanos, principalmente a los jóvenes, la oportunidad de participar de manera activa en acciones, eventos y en la creación de políticas públicas, destacando su función en la sociedad y la defensa de sus intereses.

El entorno digital generó una manera distinta en la que los ciudadanos interactúan en el ámbito político, particularmente entre los jóvenes. De acuerdo con Peña (202), “las redes sociales ayudaron a romper las barreras entre la sociedad y el entorno político, permitiendo que cualquier individuo se convierta en un agente político activo en la construcción de significados”. En este sentido la comunicación política se ha desarrollado, lo que llevó a los gobiernos locales a reconsiderar sus estrategias, utilizar redes sociales como herramientas esenciales para el diálogo y la retroalimentación de la sociedad.

Para los jóvenes, las plataformas sociales son herramientas fundamentales de participación, ya que brindan un espacio para expresar sus opiniones, agruparse y vincularse con iniciativas políticas y sociales. De esta manera la participación de los jóvenes se vuelve crucial para reforzar la democracia y permitir que sus puntos de vista e intereses influyan en la formación de políticas.

A partir de este cambio, la presente investigación detalla como la comunicación política del gobierno municipal de Aguas Verdes fomenta la participación juvenil en asuntos públicos y sociales, utilizando las redes sociales, como principal medio de interacción la red social Facebook.

Esta investigación surge del interés del autor por determinar la problemática, considerando varios contextos, internacionales, nacionales y locales. Se busca describir las causas y efectos reaccionados al tema de estudio, tiene el propósito de determinar la relación entre la comunicación política y la participación juvenil en redes sociales del gobierno local de Aguas Verdes – 2025.

A nivel internacional, Ríspolo (2020), subraya la importancia de investigar la comunicación política en la actualidad, ya que permite examinar fenómenos como la creciente influencia de la opinión pública, el rol de las encuestas en la toma de decisiones y la participación directa de los ciudadanos. El ingreso de la política a los medios de comunicación y las redes sociales alteró la dinámica entre la población y los gobernantes, priorizando la narrativa emocional y la imagen en lugar del debate ideológico. En este contexto, la comunicación política se transforma en una herramienta esencial para entender los nuevos formatos de presentación, las estrategias de persuasión y el análisis de los discursos políticos en entornos condicionados por los medios. A través del estudio de la comunicación política se investigan nuevos formatos de representación política, las estrategias de persuasión y el discurso, con el fin de evaluar la relación entre la política y los medios, lo que promueve una comunicación, clara, deliberativa y participativa.

Posligua y Ramírez (2024), enfatizan la relevancia de estructurar la comunicación política con el objetivo de que sea más eficiente, desarrollar estrategias que consigan transmitir el mensaje de manera clara. También señalan que es fundamental adaptarse a los nuevos formatos y plataformas digitales para incrementar la participación y aceptación de los jóvenes, quienes utilizan dichas herramientas digital de manera intensiva. Asimismo, destacan que las redes sociales proporcionan a los líderes políticos una manera de comunicarse más dinámica, facilitando interacciones inmediatas, la posibilidad de responder a los usuarios y la creación de comunidades, aspectos que no están presentes en los medios de comunicación tradicionales.

En el ámbito nacional, Arroyo (2022), concluye que la relación entre comunicación y política es inherente, debido a que toda acción política requiere el discurso para existir, sin embargo, aclara que no toda forma de comunicación es política. La comunicación política, comprendida como un proceso intencional, dinámico y multifactorial, lo que es fundamental para para la práctica política, debido a que posibilita la persuasión de la ciudadanía y tiene la capacidad de adaptarse en diversos contextos como el gubernamental, electoral y de crisis. En el contexto actual la digitalización ha modificado radicalmente el ejercicio de la comunicación política, las redes sociales se convirtieron en una herramienta estratégica para establecer vínculos directos con la ciudadanía.

Guevara, (2021), indica que la participación de jóvenes muestra una nueva cultura política determinada en la participación activa que, además exhiben características comunes que se reflejan en sus círculos sociales. En este contexto la comunicación política busca estrategias para fortalecer los vínculos con un público específico dando origen a nuevas culturas políticas que involucran a los jóvenes, quienes están

redefiniendo su participación política, convirtiéndose en agentes activos y promoviendo un cambio en la dinámica política del país. De igual manera Urbano (2022), manifiesta que la mayoría de los jóvenes peruanos se identifican con una nueva manera de hacer política. Las plataformas digitales se han convertido en un canal adicional para los jóvenes en el cual expresan o manifiestan de manera clara sus distintas posturas políticas, las cuales son igualmente legítimas y se diferencian de la política tradicional asociada a los partidos políticos.

Los jóvenes peruanos representan una parte significativa de la población con potencial político. Los datos que proporciona de la Secretaría Nacional de la Juventud (Senaju), en 2022, los jóvenes entre 18 y 29 años representaban el 27,4 % del padrón electoral en las elecciones regionales y municipales. Sin embargo, a pesar de representar una proporción significativa del electorado, existe una brecha significativa entre el interés que manifiesta la juventud y su intervención política en los espacios formales de representación y toma de decisiones. Su implicación en organizaciones políticas ha disminuido en los últimos años, pasando de 6,84% en 2017 a 5,79% en 2022 y su presencia en cargos de elección popular no llegó a superar el 3% en las últimas dos décadas.

Diversos factores entre los que destacan, la desconexión entre instituciones políticas, las nuevas formas de expresión ciudadana, y la ineficiencia del sistema político contribuyen a una participación juvenil limitada. En este aspecto la comunicación política surge con estrategias para comprender y posiblemente revertir dicha tendencia. El desarrollo de las plataformas digitales y redes sociales han generado nuevas dinámicas de interacción política, particularmente entre los jóvenes que utilizan estos medios para

informarse, expresar demandas y organizarse para exigir cambios. Sin embargo, acentuando las estadísticas del párrafo anterior no queda clara la medida en la cual la comunicación política dirigida a los jóvenes, está realmente logrando fomentar una participación activa y significativa.

En relación con la problemática planteada, se recalcan los desafíos vinculados a las variables comunicación política y participación juvenil. Surge así la siguiente interrogante de investigación ¿Cuál es la relación entre la comunicación política y la participación juvenil en redes sociales del gobierno municipal de Aguas Verdes en el año 2025? Para abordar este estudio, se ha considerado como objetivo general: Determinar la relación entre la comunicación política y la participación juvenil en redes sociales del gobierno municipal de Aguas Verdes, 2025; como objetivos específicos, se plantea: a) Identificar los principales temas y mensajes de la comunicación política del gobierno municipal de Aguas Verdes difundidos en redes sociales durante el año 2025; b) Evaluar el nivel de motivación de la participación juvenil en redes sociales sobre temas políticos vinculados al gobierno municipal; c) Examinar el nivel de participación de los jóvenes en actividades y temas políticos en redes sociales relacionadas con el gobierno municipal de Aguas Verdes.

Desde la perspectiva teórica, se fundamenta en teorías, como el modelo de comunicación de Lasswell e investigaciones científicas, el aporte de nuevos conocimientos, así como en argumentos conceptuales que abordan los problemas relacionados con las variables de investigación mencionadas. Es esencial fomentar la colaboración de nuevos conocimientos que genera nuevas aportaciones teóricas, las que

permitirán la comprensión de resultados, lo que contribuirá a la creación de un nuevo concepto sobre el enfoque de las variables de investigación.

En la perspectiva práctica; apoyará a comprender la relación que existe entre la comunicación política y la participación juvenil en redes sociales en el gobierno municipal de Aguas Verdes, 2025. A partir de los objetivos establecidos, se buscó determinar si hay relación entre las dos variables, comunicación política y participación juvenil. Asimismo, se analizó los resultados obtenidos de cada variable, considerando el tiempo y el espacio que los jóvenes de Aguas Verdes dedican a las redes sociales, los temas y mensajes de la comunicación política utilizada por el gobierno municipal que impulsa su participación a través de las plataformas digitales.

En el aspecto metodológico, esta investigación se apoyó en la aplicación de técnicas e instrumentos que respalden los hallazgos, utilizando como técnica principal la encuesta y como herramienta de recolección de datos un cuestionario. Además, se examinó el proceso de participación de los jóvenes a través de redes sociales y la relación de estas interacciones con la comunicación política. Asimismo, la recopilación de información buscó demostrar de manera sólida que la comunicación política utilizada por el gobierno municipal genera una participación juvenil activa mediante las redes sociales.

Desde la perspectiva social, este estudio se justifica porque ayudará a comprender la relación al ofrecer una variedad de contenidos informativos que permiten a los demás adquirir nuevos conocimientos e indagar en profundidad cómo la comunicación política y la participación juvenil contribuyan al desarrollo y al bienestar

común de la sociedad. Además, se busca que estos conceptos se apliquen de manera activa y positiva en la vida profesional de los jóvenes.

Este estudio se propuso como objetivo general: Determinar la relación entre la comunicación política y la participación juvenil en redes sociales del gobierno municipal de Aguas Verdes, Tumbes, 2025. A su vez delimitó los siguientes objetivos específicos:

a) Identificar temas y mensajes de la comunicación política del gobierno municipal de Aguas Verdes difundidos en redes sociales, 2025; b) Evaluar el nivel de motivación de la participación juvenil en redes sociales sobre temas políticos vinculados al gobierno municipal; y c) Examinar el nivel de participación de los jóvenes en actividades y temas políticos en redes sociales relacionadas con el gobierno municipal de Aguas Verdes.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes.

En esta sección se desarrolla el marco teórico que respalda la presente investigación, presentando los principios teóricos y científicos que guían el proyecto, con el propósito de divulgar las referencias bibliográficas empleadas como antecedentes. Estos antecedentes permiten contextualizar las investigaciones de distintos autores enfatizando el contexto de cada variable y su vinculación con las variables de estudio. para ello se han considerado fuentes de nivel internacional, nacional y local.

En el ámbito internacional, Abdullah, et. al (2022), en la investigación titulada “Estudio de los factores que afectan el comportamiento de búsqueda de información política a través de las redes sociales entre jóvenes en Malasia”, investigación que se propuso analizar los efectos de la eficacia, el conocimiento, la motivación, la satisfacción política y el uso de redes sociales sobre la conducta de búsqueda de la información política entre los estudiantes. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo utilizando encuestas para recopilar datos, con una muestra de 381 estudiantes de diferentes universidades públicas seleccionadas. Investigación cuyos resultados obtenidos llegan a la conclusión que, el mayor grado de exposición a la interactividad en las redes sociales impulsa de manera significativa la búsqueda de información política. Asimismo, recalcan que la indagación realizada brinda a los responsables políticos una mejor comprensión sobre la potencial contribución de los jóvenes en los asuntos políticos.

Por su parte Restrepo (2023), en su investigación titulada, “Redes sociales y participación política en las elecciones de 2022 en Colombia”, cuyo objetivo de investigación fue examinar el uso de redes sociales en el marco de las elecciones presidenciales de 2022 en Colombia. Investigación de estudio descriptivo que se basa en los resultados de la encuesta postelectoral realizada por el centro de investigación en comunicación política, universidad externada de Colombia, la registraduría nacional del estado civil de Colombia, la universidad de Wisconsin-Madison y la firma encuestadora De proyectos SAS. Obteniendo como resultados, que la utilización de las redes sociales en la participación política ofrece múltiples ventajas, principalmente el acceso a una participación más exclusiva y la información eficaz. Además, señala que las generaciones más jóvenes adoptan y utilizan estas plataformas de manera más activa, lo que les proporciona una vía directa para involucrarse en el ámbito político. Asimismo, destaca que, para los jóvenes, estas plataformas se han convertido en una fuente principal de información política y en el canal para participar y expresar opiniones en debates públicos.

Por otra parte, Berlanga et. al (2023), la indagación titulada “La participación de los jóvenes en redes sociales y su efecto en la desafección política”, investigación que tuvo como objetivo examinar la función de las redes sociales en la participación política en los jóvenes, afecta la manera en que perciben a los actores políticos a raíz de la pandemia. El estudio abordó un enfoque cuantitativo, descriptivo y correlacional, se basó en una muestra de 900 estudiantes de la Facultad de Ciencias Políticas y relaciones internacionales de diferentes grados. Los resultados mostraron una correlación reveladora entre la participación política en redes sociales y la percepción de confianza

de los jóvenes hacia los representantes políticos. El estudio infiere que, aunque los jóvenes son conscientes del impacto de las redes sociales en la esfera política, su nivel de participación es bajo y muestran poco interés en profundizar en temas políticos. Sin embargo, los autores de la investigación consideran que en el futuro las redes sociales se convierten en un instrumento esencial para que las figuras políticas se conecten con la ciudadanía, comprendan sus demandas y transformen el dialogo en políticas públicas efectivas.

En el ámbito nacional, Barrenechea y Goicochea (2020), en la investigación titulada “Manifiestos sociales en el Perú: Redes sociales y participación juvenil del 9 al 15 de noviembre del 2020”, investigación que se basó en el análisis sobre el rol que tuvieron las redes sociales en la participación de los jóvenes durante las movilizaciones sociales ocurridas en dicho periodo. Investigación desarrollada para obtener el título de licenciado en Ciencias de la Comunicación, empleó un enfoque cualitativo, diseño hermenéutico, recolectando testimonios y experiencias de los jóvenes de Trujillo y Lima, los partícipes físicamente o virtualmente en las manifestaciones. En la extracción de información utilizó como técnica la entrevista, la cual permitió identificar las estrategias utilizadas por los jóvenes para impulsar el cambio social. Obteniendo como resultado que las redes sociales son fundamentales en un contexto marcado por la crisis sanitaria global y la inestabilidad política del país.

Por su parte Galán (2024), en su tesis titulada “La participación política a través de redes sociales: una alternativa para fortalecer la democracia y los procesos electorales” realizada en Perú, cuyo objetivo principal fue determinar los criterios a tener en cuenta en la norma electoral, ante la probable afectación de los rasgos de democracia

por el impacto de las redes sociales en los electores. Investigación que es de tipo netamente teórica, apoyándose en la revisión bibliográfica de documentos, libros, artículos y tesis. Llega a concluir que las redes sociales con mayor frecuencia están presentes en la vida cotidiana, incluye en diversos ámbitos como en la comunicación interpersonal, la educación, la economía, el marketing y, especialmente en la política, donde tienen un impacto significativo en lo que respecta a la participación ciudadana. Asimismo, el autor recomienda que, para contribuir a la comunicación política, es fundamental considerar el uso de estas plataformas digitales dentro de un marco eficaz, con el propósito de generar conciencia sobre los problemas políticos que enfrente un país.

De la misma forma, Villegas (2024), en su tesis titulada “Relación entre el uso de Facebook y Twitter con la eficacia y participación política juvenil en Lima 2021” con el objetivo de analizar la relación entre la participación política, eficacia política y el compartir información sobre asuntos políticos y sociales en Facebook y Twitter. Investigación es de enfoque cuantitativo, que contó con una muestra conformada por 160 jóvenes de la universidad de la ciudad de lima metropolitana. Investigación que proporcionó como resultados, que el uso habitual de una plataforma digital y la discusión de la información vista en las redes sociales potencia la probabilidad de que un individuo comparta contenidos relacionados con la política en sus perfiles sociales. Por ello llega a la conclusión, que las redes sociales brindan amplias oportunidades para la actividad política con una inversión mínima, lo que facilitó la organización social y genera un efecto movilizador. Además, destaca lo importante de reconocer que quienes participan activamente en política pueden utilizar estas plataformas como canales adicionales para

difundir información y lo importante que es captar el interés de usuarios que no son activos en este ámbito, para fomentar su participación política

2.2. Bases teóricas y científicas

2.2.1. Comunicación política

La comunicación y la política se convierten en un instrumento fundamental para la construcción de discursos, la movilización social y la toma de decisiones. Por ello abordamos las indagaciones de diferentes teorías y autores que vinculen la comunicación con el ámbito político.

Según Otero (2020), la teoría de la comunicación se define como un grupo de enfoques y modelos predestinados a la explicación de los procesos en los cuales los seres humanos comparten, interpretan y transmiten información. Dichas teorías analizan el cómo se da el intercambio de información, significados y mensajes en diversos contextos entre los individuos, respetado los factores sociales y culturales que afectan a los mencionados procesos. Conjuntamente, dichas teorías buscan comprender el impacto de las tecnologías y los medios de comunicación en la construcción de la realidad social y la interacción humana.

Herrera et, al (2021), analizando el modelo de Lasswell reafirma que la teoría busca explicar cómo se genera, transmite y recibe la información entre los individuos, grupos y sociedades, proponiendo básicamente un esquema que analiza la comunicación respondiendo a cinco incógnitas, ¿Quién?, dice ¿qué?, a través de ¿Qué canal?, ¿Quién?, y con ¿Qué efecto? Al abordar las diferentes interrogantes se puede analizar el control de la información, destacando al emisor del mensaje, así mismo se ejecuta un análisis de contenido que se enfoca en los mensajes enviados. El análisis de

los medios por los que se transmite el mensaje y por último el análisis del impacto, estudiando las consecuencias de los mensajes que le generan al receptor. En el modelo de Lasswell, el individuo mantiene un papel fundamental para que se genere el proceso comunicativo, destacando que el emisor suele tener la intención de influir en el receptor. Además, este modelo recalca que los mensajes generan efectos significativos que se deben ser analizados y considerados. El modelo de Lasswell se considera como uno de los más influyentes en el tema de la comunicación el cual describe el proceso de la comunicación como unidireccional y lineal.

En el modelo de Lasswell, el emisor es el que genera las motivaciones comunicativas, provocando una respuesta en el receptor. Situación en la que el emisor responde a la interrogante ¿Quién? Y el medio tecnológico o formal, es el instrumento que es utilizado por el emisor para transmitir el mensaje al receptor. En este contexto se responde a la interrogante ¿Cómo?, y se identifica la manera que se transmite la información. El Receptor o audiencias es la persona quién recibe la información enviada por el emisor. Esto responde a la interrogante ¿a quién? y como resultado obtenemos una respuesta que estudia los resultados obtenidos de la información transmitida. Asimismo, en el modelo de Lasswell, se aborda la interrogante “¿para qué?”, debido a que el autor estaba interesado en analizar los resultados que los medios masivos de comunicación ejercen sobre la población.

De acuerdo a Mattelart (2021), las teorías de la comunicación han evolucionado a lo largo de la historia, para analizar cómo los procesos comunicativos influyen en la sociedad, convirtiéndose en un campo interdisciplinario que busca comprender los métodos para la transmisión de la información entre emisor y receptor. La teoría de la

comunicación está enfocada en los aspectos técnicos de los medios de comunicación tanto como en los contextos culturales, sociales y políticos los que influyen de manera en que la información se define, produce y recibe. Mattelart también resalta que las teorías de la comunicación son clave fundamental para comprender como los avances tecnológicos ha transformado la manera en que las personas se relacionan.

Para contextualizar la comunicación política debemos enfatizar en lo que es política. Fernández (2006), alega que la política implica la creación y el mantenimiento del orden social, regulando la convivencia a través del establecimiento de normas e instituciones. En este sentido el autor describe a la política como un proceso mediante el cual el poder se organiza y se distribuye dentro de una comunidad, garantizando su integración y funcionamiento. Por su parte, Sartori (2005), sostiene que la política es un proceso de interacción social en el que se comparan valores e intereses distintos. Por consiguiente, indica que la política busca resolver las tensiones que surgen de estos intereses mediante el diálogo y el consenso, orientándose a la obtención de decisiones colectivas.

Según Barandiarán et al (2020), los temas políticos afectan en nuestras creencias y opiniones, desde ese punto de vista la población representa al mayor receptor de los mensajes políticos, por otra parte, lo que define la etapa actual de la comunicación política es la evolución de la ciudadanía como un actor activo y crítico en el ámbito político el cual emplea a la tecnología como herramienta para la toma de decisiones. Para aclarar el punto del autor quién destaca el papel activo y crítico de la ciudadanía en la comunicación política actual, promovido el uso de las tecnologías las que facilitan la toma

de decisiones. Asimismo, subraya el papel central de la ciudadanía como protagonista en este ámbito de la comunicación política.

La comunicación política por su parte desempeña un impacto significativo tanto como en el funcionamiento de las distintas instituciones estatales como en la sociedad, por ello se puede precisar que la comunicación política es el tipo de comunicación que permite a diversos actores sociales expresarse públicamente y defender su punto de vista sobre los asuntos políticos sociales. La comunicación política se representaba con los principales actores de la información, periodistas, analistas de la opinión pública y columnistas de opinión. Dado el creciente exigencia del acceso a la información política, la expansión de la participación de los ciudadanos y el incremento de demandas en un entorno político que se vuelven más complicado, es fundamental profundizar en su análisis.

Rioda(2010) señala que la comunicación política requiere una planificación metódica, lo que destaca la posibilidad de improvisar o reaccionar de manera impulsiva ante los medios y la ciudadanía. Asimismo, recalca que la comunicación política representa una inversión económica, capaz de influir en la tendencia del voto y la opinión pública. Sin embargo, advierte que confiar en estrategias de comunicación para solucionar los problemas que derivan de la política es un enfoque erróneo.

Para Montes et al (2011) la comunicación política es un campo que ha experimentado un visible crecimiento y se ha consolidado en las relaciones entre la sociedad y el poder público. Asimismo, nos da a conocer que aquel progreso fue en lo particular bastante significativo desde la década de los noventa, comprendiendo una

extensa diversidad de temas, como los debates, las internaciones entre los medios, la propaganda política y las estructuras gubernamentales, la creación de agendas, las campañas electorales y la gestión de la imagen política. Para el investigador la comunicación política estudia las tensiones que surgen entre la comunicación, la información y la política en los sistemas democráticos.

Desde el punto de vista de Wolton (2012), la comunicación política es un fenómeno que surge dentro de una sociedad concreta organizada como una "democracia parlamentaria homologada", dicho de otra manera, es una sociedad donde el pueblo se estructura en partidos. Con relación a este tema los agentes políticos que buscan alcanzar el poder utilizan a la comunicación como instrumento fundamental para lograr obtener o mantener el poder. Como dato adicional el investigador da a conocer que la comunicación política es un fenómeno moderno que ha evolucionado durante más de doscientos años.

2.2.2. Participación juvenil

Macassi (2002) destaca que la participación juvenil, no puede desentenderse del contexto social y política en el que se desarrolla. Según el autor, la presencia de los jóvenes en la sociedad y, en particular en el proceso de toma de decisiones en las redes públicas, requiere considerar dos factores esenciales: la definición del objetivo de las políticas públicas y la dirección de las políticas sociales. Macassi señala cinco enfoques importantes para entender la participación de los jóvenes: a) las políticas sociales que se dirigen a niños y jóvenes deben situarse dentro del contexto social y político actual; b) se debe ir más allá del paradigma económico para desarrollar políticas sociales desde

enfoques integrales; c) es imprescindible realizar una inversión considerable tanto en el diagnóstico de las realidades juveniles como en la creación conceptual y metodológicas de dichas políticas; d) es fundamental incorporar la dimensión cultural en el diseño de políticas, teniendo en cuenta las prácticas expresivas y simbólicas contemporáneas; e) la participación de los jóvenes debería responder a los desafíos concretos que presenta la época actual, puesto que, de lo contrario, existe el riesgo de aislar a los jóvenes y reforzar una idea errónea de “suspensión social”.

En este marco, el autor enfatiza que la involucración de los jóvenes es una manifestación voluntaria de establecer el vínculo entre la sociedad civil y el gobierno. No obstante, reconoce que esta participación tiene una dimensión tecnocrática la que no debe subestimarse, pues dicha dimensión resulta esencial para garantizar el éxito de los programas y proyectos dirigidos a la juventud.

Según Hopenhayn (2004), El crecimiento de los jóvenes para involucrarse en la información y su poca participación en los espacios de poder genera una tensión en dichos ámbitos. A pesar que en las plataformas de información se distingue una presencia notable de la participación de los jóvenes, pero en el ámbito estatal su participación sigue siendo secundaria. El autor presenta la siguiente paradoja “mientras los jóvenes están más integrados en términos de acceso a información y tecnologías, enfrentan una exclusión cada vez más marcada en su rol como ciudadanos políticos”, de manera que a pesar que los jóvenes tengan mayor accesibilidad a la gestión e intercambio de información más se desatienden del sistema político. Los jóvenes transforman la distribución, el acceso y la interacción con la información a medida que adoptan el hábito de conectarse a redes electrónicas. Para los jóvenes la participación

se asocia a una rapidez momentánea. Esto genera que las redes o los grupos formados por similitudes estéticas existan atractivos del compromiso político en las estructuras tradicionales. Esto se ve reflejado en el entusiasmo y la flexibilidad de los que interactúan a través de chats o plataformas en línea. Por ello se modifica el balance entre la intensidad y la continuidad en la participación.

Para Vázquez (2011), la participación ciudadana es un concepto que en el discurso gubernamental como en la literatura académica, manifiesta nuevas formas de abordar la esfera pública, lo cual incluye a los jóvenes. Esto conlleva a reconocer los cambios que se generan en la relación entre el gobierno y la sociedad. Por otro lado, se refleja la transformación del orden político y social, impulsada por la creciente influencia de la política en la vida cotidiana. Asimismo, existe una considerable brecha entre el discurso que promueve los beneficios de la participación juvenil y los hechos concretos, lo que pone de manifiesto ciertos patrones persistentes en los asuntos y políticas públicas a lo largo del tiempo. Por ello el esfuerzo del gobierno para incluir a los jóvenes en sus iniciativas, es esencial.

La participación desde la perspectiva Moral (2012), se da tanto en contextos formales como informales, creando una relación que, aunque asimétrica, es también sinérgica. Este vínculo facilita la distribución de funciones y el logro de objetivos que benefician a la comunidad y las entidades, permitiendo que cada individuo o organización aporte, en mayor o menor grado, al avance de políticas públicas. De este modo la participación se entiende como intervención activa en la que el ciudadano se forma como persona, es escuchado, se involucra, coopera y tiene la posibilidad de dirigir proyectos junto a la comunidad. No obstante, si la participación se limita a recibir apoyo sin un

compromiso activo, existe el riesgo de caer en el asistencialismo: una ayuda que no considera ni reconoce las verdaderas necesidades y prioridades de la comunidad. Esto lleva a una reflexión profunda sobre la importancia de la participación política.

Valera et, al (2015), señala que la organización política interpreta a la ciudadanía como un compromiso formal y convencional. Este grupo muestra una tendencia significativamente alta hacia la votación y la expresión de opiniones sobre asuntos sociales y políticos, evidenciando un compromiso a los métodos clásicos de participación. Por el contrario, el grupo sin inclinaciones políticas percibe la ciudadanía como responsable comunitario, con mayor inclinación ayudar a otros.

Por otra parte, el tipo de información política difundida en los medios es esencial para persuadir la participación ciudadana. La información política se basa en los contenidos e información brindada sobre el funcionamiento de los sistemas políticos, figuras políticas, actores políticos, acciones y propuestas de partidos de campaña, así como a temas de interés político del público que afecte a una sociedad. Para Anduiza et, al (2012), La información política se difunde tanto a través de medios tradicionales, como la prensa, la radio y la televisión, como en las redes sociales y plataformas digitales, donde su alcance y accesibilidad han aumentado considerablemente. La recepción de este tipo de contenidos suele estar vinculada a la participación en actividades políticas, lo cual fomenta un flujo constante de información y facilita que los ciudadanos se mantengan informados sobre temas de interés político.

Casero (2018), sostiene que el ámbito digital ha transformado la forma en la que se maneja la información política, especialmente con el crecimiento de diversas

plataformas que permiten la difusión de contenidos. Se dejó atrás la era en la que la radio, la televisión y la prensa dominaban la comunicación informativa, pasando a modelo más descentralizado, donde la autoridad sobre la información no le pertenece exclusivamente a los periodistas. Actualmente, cualquier usuario de plataformas digitales puede generar y difundir información, lo que facilita un acceso más democrático y mayor participación en la difusión de contenidos políticos. Redes sociales como estas buscan principalmente unir a comunidades con intereses y opiniones semejantes, creando espacios propicios para el intercambio de ideas, propuestas, conocimientos y soluciones.

Las redes sociales son entornos digitales donde las personas crean, comparten e intercambian información, así como interactúan entre sí, facilitando la construcción de comunidades y vínculos sociales en el entorno virtual. Estas plataformas no solo facilitan la comunicación y la interacción entre personas, sino que también fomentan la creación y difusión de contenido producido por los propios usuarios. Según diferentes estudios, las redes sociales se distinguen por su actitud para permitir la comunicación bidireccional, el acceso inmediato a información actualizada y el estímulo de una participación activa de los usuarios. Para Gonzales (2012), estas redes son descritas como “espacios virtuales donde los usuarios pueden interactuar, compartir contenido y construir relaciones sociales a través de la tecnología”, mientras que Santos (2015) define este fenómeno como “una forma de interacción social que se establece a través de las plataformas digitales, donde los usuarios pueden compartir información, opiniones y experiencias”. Tanto González como Santos están de acuerdo que las redes sociales operan como espacios en línea que promueven la interacción entre usuarios, destacando

el papel crucial de estas plataformas como recursos que transforman la manera en que las personas se relacionan.

Las plataformas de socialización amplían la interacción activa de los jóvenes en diferentes ámbitos sociales. Las redes sociales son establecidas como un recurso óptimo para fomentar el interés cívico entre la juventud. Además de facilitar la creación de nuevas conexiones sociales, dichas plataformas permiten a los jóvenes mantenerse informados sobre acontecimientos cívicos, políticos y culturales, también permiten a los jóvenes involucrarse de manera activa en ellos. García (2019), los jóvenes tienen un rol significativo en la difusión de información política a través de redes sociales, dado que comparten contenido con gran frecuencia, aunque a menudo sin confirmar autenticidad, convirtiéndolos en participantes activos, pero no siempre reflexivos, en la formación del discurso público digital. La participación en el ámbito social, político y cívico a través de dichas plataformas brinda la posibilidad de identificar, comunicar, debatir e incluso generar posturas y argumentos sobre temas de interés general.

En relación con la información que circula en las redes sociales, a menudo se trata de contenidos superficiales que se enfocan en un entretenimiento fugaz. Muchos de estos mensajes compartidos por diversos usuarios alteran o idealizan la realidad, estableciendo criterios de éxito o belleza que se alejan de lo verdadero. Este tipo de material suele fomentar una idealización de los productos o personas que se muestran en redes sociales, lo que puede impactar negativamente a quienes consumen este tipo de contenidos si no se hace un análisis crítico. Sin embargo, la responsabilidad de la calidad del contenido en redes no solo es de aquellos que lo crean; como usuarios, tienen la

responsabilidad de analizar las fuentes y la validez del material que consumimos. De este modo, se fomenta una experiencia más reflexiva y saludable en el entorno digital.

Por otra parte, es fundamental considerar el tipo de contenido que consumimos como usuarios de plataformas digitales que son netamente de nuestro interés. En cuanto a los contenidos políticos, Quinteros y Fernández (2024), mencionan que la audiencia tiene una preferencia por materiales que integren distintos formatos, lo que evidencia una inclinación hacia las estrategias multimedia utilizadas en la comunicación política. Como resultado, resaltan las técnicas comunicativas que han evolucionado constantemente en la era digital. Los autores también señalan que se observa una notable influencia de las redes sociales en la formación de opiniones políticas en la era digital

Pastor (2021), sostiene que las plataformas de redes sociales han evolucionado, convirtiéndose en un entorno favorable para la participación política, especialmente entre los jóvenes que utilizan estas herramientas de manera significativa. Estos espacios emergen como elementos fundamentales en la esfera política, especialmente para la población joven. La participación en redes sociales abarca desde el debate y el intercambio de pensamientos hasta la organización ciudadana para visibilizar asuntos vinculados con servicios de salud y temas laborales. El autor determina que uno de los principales motivos del desinterés de los jóvenes hacia el entorno político es la desconfianza en las instituciones. Aunque los jóvenes muestran interés e informan sobre temas públicos, tienden a adoptar una actitud pasiva, en espera de estímulos mayores, como eventos mediáticos que a menudo responden a intereses económicos.

III. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Hipótesis general

Hi: Existe relación directa entre la comunicación política y la participación juvenil en redes sociales del gobierno municipal de Aguas Verdes, Tumes - 2025

Ho: No existe relación directa entre la comunicación política y la participación juvenil en redes sociales del gobierno municipal de Aguas Verdes, Tumbes – 2025

3.2. Definición de variables

3.2.1. Definición conceptual

Variable 1: comunicación política. Mena, et al (2024) conceptualiza a la comunicación política como un conjunto de prácticas y estrategias discursivas y mediáticas utilizadas por actores políticos para transmitir mensajes que puedan influir en la opinión pública y fomentar la participación ciudadana. Dichas estrategias incluyen el uso de redes sociales, la personalización de mensajes y la segmentación del electorado. La comunicación política como variable se puede medir a través de indicadores como la frecuencia y contenido de publicaciones en redes sociales, la participación en debates públicos, la cobertura en medios de comunicación y la interacción directa con la ciudadanía.

Hernández (2021) define a la comunicación política como el grupo de símbolos, contenidos y discursos de interés colectivo que se intercambian, contrastan y confrontan en la esfera pública formando un gran impacto en los procesos de la toma de decisiones. Lo que implica la creación de mensajes persuasivos que a través de los medios de comunicación buscan ser difundidos de manera masiva promoviendo el flujo bidireccional de información y opiniones entre gobernantes y ciudadanía.

Variable 2: participación juvenil. Ramírez (2019) conceptualiza a la participación juvenil como el involucramiento activo, voluntario y constante de la juventud en los procesos sociales, culturales y políticos, con el objetivo de incidir en las de afecten su entorno. Dicha participación se puede manifestar en diferentes formas, como el activismo, uso de redes sociales para la expresión de opiniones, colaboración con agentes políticos.

Ortiz (2019), define a la participación juvenil como un proceso en el cual los jóvenes sumen roles dentro de estructuras políticas formales, motivados por factores personales, sociales, y organizacionales. Esta participación puede manifestarse a través de canales formales, como el voto, movilizaciones sociales o la expresión de opiniones en redes sociales. En todos los casos implica la capacidad de incidir, tomar decisiones, y presentar intereses dentro de un espacio político.

3.2.2. Definición operacional

Variable 1: La comunicación política es un conjunto de prácticas y estrategias discursivas y mediáticas utilizadas por actores políticos para transmitir mensajes que puedan influir en la opinión pública y fomentar la participación ciudadana. Dichas estrategias incluyen el uso de redes sociales, la personalización de mensajes y la segmentación del electorado.

Variable 2: La participación juvenil como un proceso en el cual los jóvenes sumen roles dentro de estructuras políticas formales, motivados por factores personales, sociales, y organizacionales. Esta participación puede manifestarse a través de canales formales, como el voto, movilizaciones sociales o la expresión de opiniones en redes

sociales. En todos los casos implica la capacidad de incidir, tomar decisiones, y presentar intereses dentro de un espacio político.

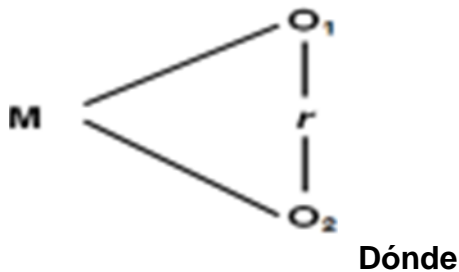
3.2.3. Tipo de estudio.

La presente investigación titulada “Comunicación política y participación juvenil en redes sociales en el gobierno municipal de Aguas Verdes, 2025”; tiene un enfoque cuantitativo y es a la vez, un estudio de tipo descriptivo correlacional.

3.2.4. Diseño de investigación.

Esta investigación es de diseño no experimental, de corte transversal. Este diseño se utiliza para la observación, análisis y descripción de fenómenos que se presentan, sin intervención alguna. No se manipulan las variables y los datos se recolectan en determinado tiempo.

Esquema



M = Muestra conformada por los jóvenes del distrito de aguas verdes

O₁ = Observación de la comunicación política en los jóvenes del distrito de Aguas Verdes

O₂ = Observación de la participación juvenil de los jóvenes del distrito de Aguas Verdes

r = Relación entre las variables de estudio O1 o O2.

3.3. Población, muestra y muestro

Población

La población está compuesta por un conjunto de elementos o individuos que comparten características específicas y sobre los cuales se busca obtener información o hacer inferencias en una investigación. Sampieri et al. (2016) destacan que una población puede ser infinita o finita. Una población finita tiene un número limitado de elemento y una población infinita podría englobar a todos los elementos posibles dentro de un conjunto.

La población encuestada de la investigación está compuesta por jóvenes de 18 a 25 años de ambos sexos del distrito de Aguas Verdes. La cantidad de la población fue extraída de la base de datos del Instituto Nacional de Estadista e Informática (INEI).

Muestra

La muestra es un subconjunto de elementos seleccionados de una población que se utiliza para representar a toda la población en una investigación” (Sampieri et al., 2014, p. 175). Esto implica que la muestra debe ser seleccionada cuidadosamente para garantizar que sea representativa y válida.

La muestra del estudio está compuesta por 336 jóvenes de ambos géneros, del distrito de Aguas Verdes, 2025. Para determinar la dimensión de la muestra, se utilizó la siguiente formula:

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Dónde:

N = Tamaño de la población

Z = Coeficiente de confiabilidad: para un 95% de confiabilidad

Z = 1,96

P = Probabilidad de éxito o proporción de aciertos = 0.5

Q = 1 – p

Muestreo: Sampieri et, al (2014) define al muestreo como el proceso mediante el cual se selecciona un segmento representativo de una población para realizar el análisis sobre el grupo total. Dicho procedimiento permite reducir, tiempo y costos en una investigación, manteniendo resultados confiables.

Muestreo probabilístico

Muestreo aleatorio simple: Para Casal (2003), el muestreo simple “Consiste en extraer todos los individuos al azar de una lista”. Por ello En este proyecto de investigación se empleará un muestreo aleatorio simple dirigido a jóvenes de entre 18 a 25 años del distrito de Aguas Verdes, que fueron seleccionados como parte de la muestra de estudio. En cuanto a la recolección de datos, se aplicarán cuestionarios de manera aleatoria dentro de este grupo.

3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

Técnica: Esta investigación utilizó una encuesta como técnica de recolección de datos. Las técnicas para la recolección de la información cambian según el tipo de información que se desee obtener, lo que subraya la importancia de entender sus características y establecer claramente los objetivos de la investigación.

Instrumento: Esta investigación utilizó un cuestionario como herramienta principal para la recolección de datos, la cual se destaca por su carácter confidencial y su diseño práctico en la formulación de preguntas. Dicha herramienta permitió una evolución eficaz del tema investigado, lo que garantiza la precisión y la utilidad de los resultados logrados.

3.5. Procedimiento de recolección de datos

Para recopilar los datos necesarios para la investigación, se empleó un cuestionario creado específicamente para distribuir los espacios e indicadores vinculados con el tema de investigación, que aborda las variables, comunicación política y participación juvenil.

El cuestionario se llegó a cabo de manera virtual y fue llenado directamente por los participantes de la investigación. La muestra consistió en 336 jóvenes, de ambos géneros, del distrito de Aguas Verdes, cuyas edades oscilan entre los 18 a 25 años. Dicha recolección de datos se realizó de manera única.

3.6. Validez y confiabilidad del instrumento

Validez: De acuerdo con Prieto (2010), la validez se entiende como un proceso que implica reunir evidencias para respaldar la interpretación y el uso de las puntuaciones. La validez se refiere al nivel en que una prueba ofrece información relevante y adecuada para respaldar las decisiones que se derivan de sus resultados.

Para esta investigación realizada el cuestionario fue validado y certificado por medio de “juicio de expertos”, que está comorado por profesionales del área de comunicaciones.

Confiabilidad: Para De Franco y Josefina (2009) la confiabilidad se relaciona con la exactitud y la fidelidad del proceso de medición. Los coeficientes de la confiabilidad indican el grado se produce resultados sólidos y estables a lo largo del tiempo y bajo las mismas condiciones. De acuerdo a eso un instrumento confiable permite minimizar los errores de medición, asegurando resultados factibles. Para evaluar la confiabilidad del instrumento se utilizó el coeficiente alfa de Cronbach, el cual mide la consistencia interna en ítems. Los datos obtenidos de la investigación fueron organizados en Excel y analizados estadísticamente en SPSS.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIONES

4.1. Resultados

En este segmento se describe los resultados que se obtuvieron de las encuestas realizadas a los jóvenes del distrito de Aguas Verdes, con la finalidad de brindar respuestas a los objetivos planteados en esta investigación.

El objetivo general planteado fue: **Determinar la relación entre la comunicación política y la participación juvenil en redes sociales del gobierno municipal de Aguas Verdes, Tumbes - 2025.**

Tabla 1

Relación entre la comunicación política y la participación juvenil

Correlaciones de Spearman

| | | | Comunicación Política | Participación Juvenil |
|--------------------|--------------------------|-------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Rho de Spearman | COMUNICACIÓN POLÍTICA | Coeficiente de correlación | 1.000 | .151** |
| | | Sig. (bilateral) | . | .006 |
| | | N | 336 | 336 |
| | PARTICIPACIÓN JUVENIL | Coeficiente de correlación | .151** | 1.000 |
| | | Sig. (bilateral) | .006 | . |
| | | N | 336 | 336 |

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

Fuente: Cuestionario (Anexo .03.).

La tabla 1 se observa el resultado del análisis de correlación de Spearman lo que permitió determinar que no existe relación directa entre las variables de estudio, se evidencia que estadísticamente no existe relación entre las dos variables de estudio.

Entre las variables comunicación política y participación juvenil se observa un coeficiente de correlación de Rho Spearman =.151, con un nivel de significancia bilateral de $p=.006$, valor inferior de la significancia establecida por ende se rechaza la hipótesis de investigación y se acepta la hipótesis nula.

Los resultados obtenidos afirman que no existe una relación directa entre ambas variables, es decir que a medida que incrementa la comunicación política ya sean mensajes, interacciones, y diferentes estrategias de comunicación no implica un crecimiento en la participación juvenil a través de redes sociales.

Los resultados evidencian que no existe una correlación significativa entre la comunicación política y la participación juvenil en redes sociales. A pesar que se observa una correlación positiva débil, no resulta suficiente para afirmar que las estrategias de comunicación políticas utilizadas por el gobierno municipal de Aguas Verdes a través de las redes sociales ejerzan influencia sobre la participación de los jóvenes del distrito. En este sentido, si bien los contenidos y mensajes difundidos por el gobierno municipal a través de sus redes sociales pueden llamar la atención de los jóvenes esto no depende de manera exclusiva de la comunicación política, sino que está condicionada por factores sociales, culturales, que afectan su nivel de participación en la esfera política.

Para el primer objetivo específico: **Identificar temas y mensajes de la comunicación política del gobierno municipal de Aguas Verdes difundidos en redes sociales durante el año 2025.**

Resultados a partir de las preguntas 8, 9 y 10 del cuestionario aplicado, interrogantes que evalúan la confiabilidad, credibilidad de los mensajes y la capacidad de captar el interés de los jóvenes.

Tabla 2

Identificación de temas y mensajes

| Temas y mensaje | Pregunta 8 | | Pregunta 9 | | Pregunta 10 | |
|------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------|--------------------|----------|
| | N | % | N | % | N | % |
| Nunca | 68 | 20,2% | 60 | 17,9% | 55 | 16,4% |
| Casi nunca | 59 | 17,6% | 62 | 18,5% | 77 | 22,9% |
| A veces | 76 | 22,6% | 77 | 22,9% | 79 | 23,5% |
| Casi siempre | 73 | 21,7% | 67 | 19,9% | 68 | 20,2% |
| Siempre | 60 | 17,9% | 70 | 20,8% | 57 | 17,0% |

Fuente: Cuestionario (Anexo 03).

Los hallazgos de la pregunta 8 vinculada a la confiabilidad de los mensajes muestra que la categoría A veces destaca con 22,6% y Casi Siempre con 21,7%, lo que indica que la confiabilidad se percibe de manera intermedia. La considerable presencia de respuestas negativas como Nunca con 20,2% y Casi nunca con 17,6% revelan que un grupo de jóvenes mantienen cierta desconfianza con la información transmitida por la municipalidad.

La pregunta 9, vinculada a la credibilidad del contenido que se difunde a través de las redes sociales, las categorías A veces con 22,9%, Siempre con 20,8 %, y casi Siempre con 19,9%, generan un porcentaje considerable de encuestados que consideran que el contenido es creíble. Aunque un gran porcentaje de los encuestados considera creíbles los contenidos difundidos, también destacan las respuestas Casi nunca con 18,5% y Nunca con 17,9% evidencia una credibilidad dividida y diversa.

En cuanto a la pregunta 10, relacionada con la capacidad de los mensajes para captar la atención e interés de los jóvenes, el 23,5% respondió que A veces y el 22,9% que Casi nunca, lo que evidencia que los mensajes no logran atraer de manera constante el interés de los jóvenes. Por otro lado, el 22,2% respondió que Casi siempre y el 17% que Siempre.

Los resultados obtenidos en la pregunta 8,9 y 10 consideradas para identificar los temas y mensajes políticos difundidos por el gobierno municipal de Aguas Verdes a través de su red social Facebook, permiten deducir la percepción de confiabilidad, credibilidad e interés de los jóvenes.

Por ello se implemento a los resultados del primer objetivo específico la tabla 3, que contiene los resultados en cuanto a percepción de temas y mensajes y comunicación política. Resultados que permiten analizar la manera en que los mensajes políticos son percibidos por los jóvenes y determinar la dinámica comunicacional empleada por la municipalidad en el entorno digital.

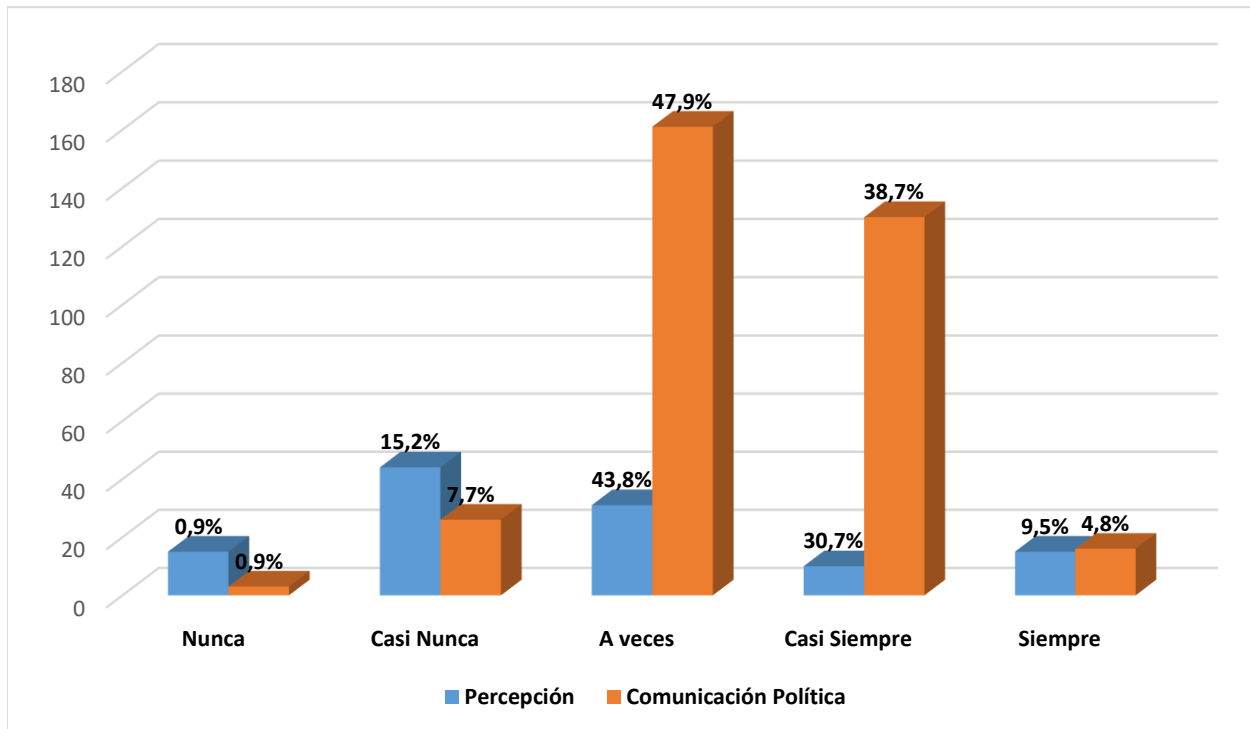
Tabla 3

Percepción de temas y mensajes de la comunicación política.

| Categorías | Percepción de mensajes | | Comunicación política | |
|--------------|------------------------|-------|-----------------------|-------|
| | N | % | N | % |
| Nunca | 3 | 0,9% | 3 | 0,9% |
| Casi Nunca | 51 | 15,2% | 26 | 7,7% |
| A veces | 147 | 43,8% | 161 | 47,9% |
| Casi Siempre | 103 | 30,7% | 130 | 38,7% |
| Siempre | 32 | 9,5% | 16 | 4,8% |

Fuente: Cuestionario (Anexo 03).

Figura 1: Porcentaje de la percepción de temas y mensajes de la comunicación política



Nota: Datos de la encuesta analizados en SPSS

La tabla 3 presenta los resultados que se obtuvieron, en cuanto a la percepción se observa que un 43,8% de los jóvenes respondieron que A veces perciben a los

mensajes políticos como presentes y efectivos, seguido de un 30,7% que respondieron que Casi siempre se logra este tipo de mensajes, el 15,2 de los encuestados respondieron que Casi nunca, el 9,5% que Siempre y el 0,9% que Nunca. Respecto a la comunicación política el 47,9% de encuestados consideran que a veces la comunicación política se manifiesta en los contenidos digitales publicados por la entidad, mientras que un 38,7% percibe que esta comunicación ocurre casi siempre, el 7,7% respondió que Casi nunca ocurre esta comunicación y el 0,9% que Nunca.

La comunicación política implementada por el gobierno municipal de Aguas Verdes a través de las redes sociales evidencia una dinámica comunicacional intermedia, en la que se perciben los mensajes estratégicos pero no siempre generan confianza o un nivel de relevancia.

Para el segundo objetivo específico: **Evaluar el nivel de motivación de la participación juvenil en redes sociales sobre temas políticos vinculados al gobierno municipal.**

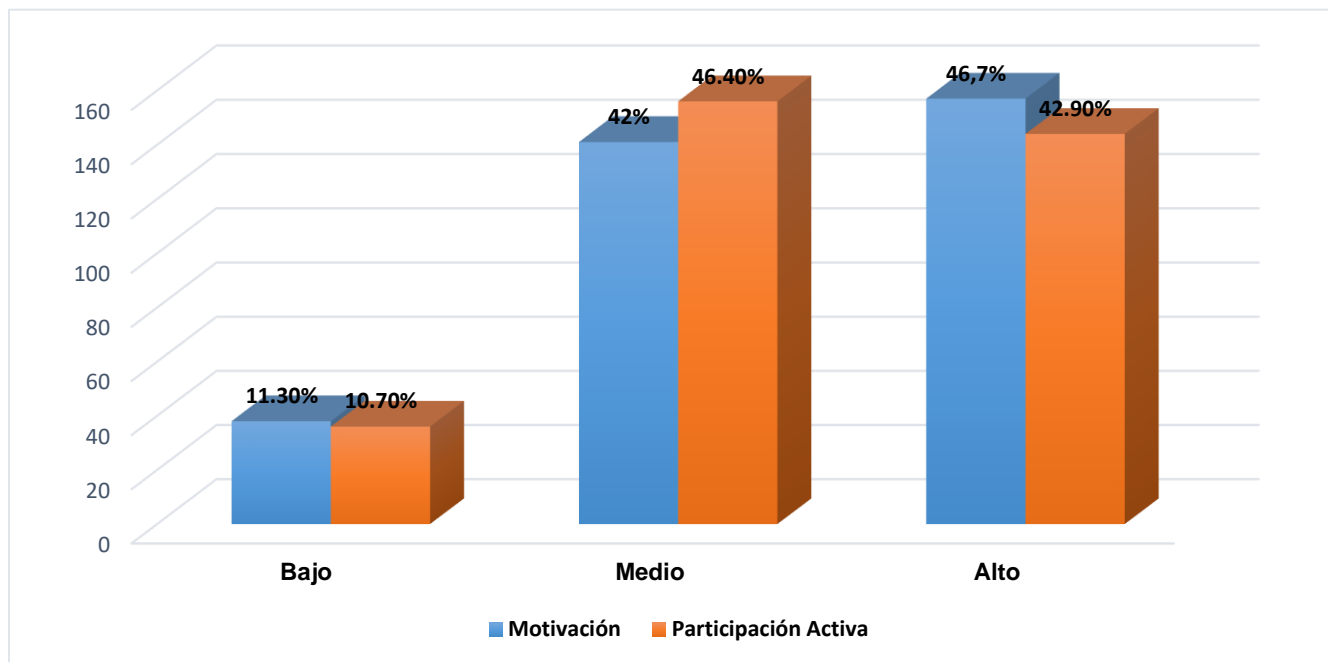
Tabla 4

Nivel de motivación de la participación juvenil en redes sociales.

| Categoría | Motivación | | Participación activa | |
|------------------|-------------------|----------|-----------------------------|----------|
| | N | % | N | % |
| Bajo | 38 | 11.3% | 36 | 10.7% |
| Medio | 141 | 42% | 156 | 46.4% |
| Alto | 157 | 46,7% | 144 | 42.9% |

Fuente: Cuestionario (Anexo 03).

Figura 2: Porcentaje de la motivación de la participación juvenil en redes sociales.



Nota: Datos de la encuesta analizados en SPSS

En cuanto al nivel de motivación de la participación juvenil en redes sociales, los datos obtenidos evidencian que gran parte de los encuestados presentan un nivel alto del 46,7% de motivación, seguido de un 42,0% que se ubican en un nivel medio y el nivel bajo se evidencia con 11,3%. Este resultado refleja una tendencia positiva por parte de la juventud hacia el interés por la interacción con los contenidos políticos en el entorno digital de la municipalidad de Aguas verdes. Con respecto a la participación activa podemos observar que el 46,4% de los jóvenes presentan un nivel medio de involucramiento en redes sociales mientras que el nivel alto se ve reflejado con un 42.9% y el nivel bajo es del 10.7%, es evidente que no todos los jóvenes trasladan su motivación o interés a una participación activa constante. Por ende se evidencia que la motivación juvenil supera ligeramente los niveles de participación activa, lo que insinúa una diferencia entre la intención y la acción.

Para el tercer objetivo específico: **Examinar el nivel de participación de los jóvenes en actividades y temas políticos en redes sociales relacionadas con el gobierno municipal de Aguas Verdes.**

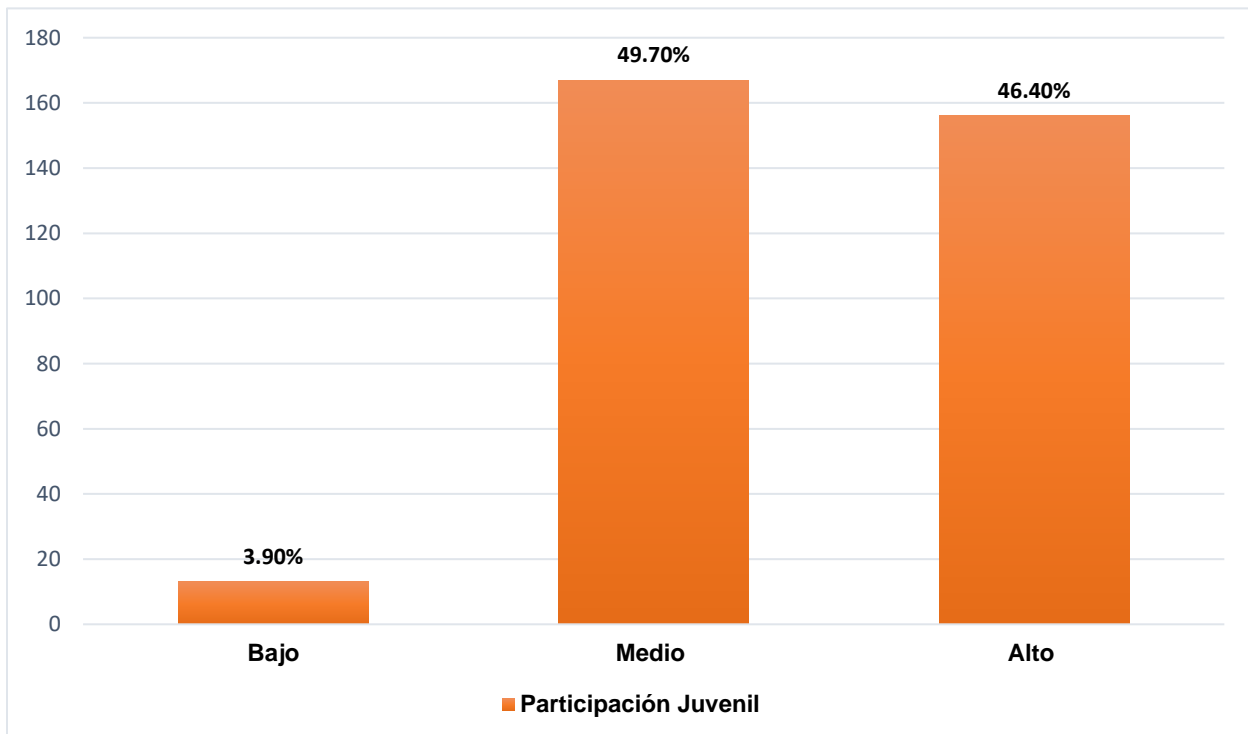
Tabla 5

Nivel de participación juvenil en actividades y temas políticos.

| Categoría | PARTICIPACIÓN JUVENIL | |
|-----------|-----------------------|-------|
| | N | % |
| Bajo | 13 | 3.9% |
| Medio | 167 | 49.7% |
| Alto | 156 | 46.4% |

Fuente: Cuestionario (Anexo 03).

Figura 3: Porcentaje del nivel de participación juvenil.



Nota: Datos de la encuesta analizados en SPSS

En la tabla 4 se muestra los niveles de participación juvenil en redes sociales vinculados a las actividades y temas de la esfera política del gobierno municipal de Aguas Verdes. Los resultados revelan que el 49,7% de los jóvenes presentan un nivel medio de participación, seguido por un 46,4% que manifiestan un nivel alto, mientras que solo un 3,9% se ubican en el nivel bajo. Los datos obtenidos ponen en evidencia que el 96% de los jóvenes mantienen una participación media o alta en redes sociales lo que indica una presencia activa y constante en el entorno digital. Sin embargo, se debe precisar que su participación no se orienta principalmente en temas netamente políticos, sino que responde a sus intereses sociales, culturales o recreativos.

El nivel medio es predominante, lo que sugiere que los jóvenes interactúen de manera ocasional o casual con los contenidos relacionados con la gestión municipal.

4.2. Discusiones

La presente investigación examinó la relación entre la comunicación política y la participación juvenil en redes sociales del gobierno municipal de Aguas Verdes, los resultados obtenidos evidenciaron que no existe una relación positiva entre ambas variables. Estos hallazgos sugieren que, a pesar que las estrategias comunicativas generan interés y motivación en los jóvenes por el contenido que se publican en redes sociales del gobierno municipal no logran una participación activa ni constante. Este comportamiento concuerda con lo señalado por Berlanga et al. (2023), quienes sostienen que, a pesar del interés de los jóvenes hacía los contenidos políticos en redes sociales, su participación suele ser limitado, por ello muestran un compromiso bajo, en asuntos o temas relacionados a la política.

Estudios como el de, Abdullah et al. (2022) evidenciaron que la interactividad en redes sociales aumenta la búsqueda de información política, sin embargo, en el contexto analizado dicho efecto no se manifestó de manera significativa. Al no existir una relación significativa entre las variables de estudio, se muestran que a pesar que las redes sociales sirven para habilitar vías de acceso a información para la juventud, su uso no evidencia un aumento de la participación en el entorno político de los jóvenes. Asimismo, investigaciones realizadas por Restrepo (2023) y Villegas (2024) muestran que los jóvenes usan las plataformas digitales de manera constante como medios de información y de expresión; lo que explica los niveles medios altos de la participación identificados en el caso de gobierno municipal de Aguas Verdes, sin embargo dicha participación se centre regularmente a contenidos que combinan lo social, cultural y no a lo netamente político.

Por otro lado, respecto a la participación juvenil, los resultados muestran que no se activa por la comunicación política difundida en las redes sociales a pesar que dichas plataformas son vías de acceso a la información para los jóvenes, Hopenhayn (2004), señala que el acceso a la información de manera masiva no siempre se convierte en la mayor influencia política real. Berlaga et al. (2023) y Pastor (2021) también indica que, pese al uso frecuente de redes por parte de los jóvenes, muchos de ellos mantienen una participación superficial en asuntos políticos, lo que puede explicar porqué la correlación de las variables de estudio no es estadísticamente positiva.

En la presente investigación, se planteó como objetivo específico identificar temas y mensajes de la comunicación política del gobierno municipal de Aguas Verdes difundidos en redes sociales durante el año 2025, los resultados indican que la mayoría

de los jóvenes del distrito de Aguas Verdes perciben una presencia discontinua de la comunicación política en las redes sociales del gobierno municipal. Para ello se analizó primero la percepción sobre la comunicación política de los jóvenes sobre el gobierno municipal, obteniendo como resultados que un 43,8% de los jóvenes, a veces logra percibir una buena comunicación política, seguido de un 30,7% que respondieron que casi siempre se logra este tipo de comunicación. En cuanto al análisis sobre la comunicación política, el 47,9% de encuestados consideran que la comunicación política se manifiesta a veces, mientras que un 38,7 percibe que esta comunicación ocurre casi siempre.

La teoría de la comunicación de Lasswell (1948) a través del proceso de la comunicación (emisor, mensaje, canal o receptor) puede explicar la baja percepción encontrada en el tema de investigación, ya que la insuficiencia de algún elemento del proceso de la comunicación limitaría el impacto del mensaje político difundido. En este caso el gobierno municipal cumple con emitir información, pero no logra conectar o persuadir un vínculo emocional con los jóvenes receptores.

De manera similar, desde el enfoque de la teoría de la comunicación política, Wolton (2012) recalca que la funcionalidad de la comunicación depende de la capacidad del emisor para construir un diálogo auténtico con la ciudadanía. En este sentido la comunicación política del gobierno municipal es percibida como moderadamente visible, hecho que se debe a los contenidos difundidos en redes sociales que no logran captar el interés de los jóvenes del distrito de Aguas Verdes.

Los resultados concuerdan con lo señalado por Otero (2020), que argumenta que “la comunicación política no solo depende de los mensajes, sino de la estructura sociotecnológica, que determina su recepción”. De la misma manera, Mattelart (2021), mantiene que “la circulación de mensajes en entornos digitales está intercalada por lógicas culturales y dinámicas propias de cada audiencia”. Aquello explica porque los jóvenes perciben los contenidos difundidos por la municipalidad de manera indeterminada, no basta con brindar información, es necesario adecuar la información a las prácticas comunicacionales del público joven.

En el presente estudio se planteó como segundo objetivo específico: Evaluar el nivel de motivación de la participación juvenil en redes sociales sobre temas políticos vinculados al gobierno municipal. Los datos obtenidos fueron, un nivel alto del 46,7% de motivación, seguido de un 42,0% que se ubican en un nivel medio y el nivel bajo se evidencia con 11,3%. En cuanto a la participación activa, el 42,9% de los jóvenes presentan un nivel alto, el nivel medio se ve reflejado con un 46,4% y el nivel bajo es del 10,7%. Los resultados obtenidos muestran una brecha entre la motivación y la participación activa de los jóvenes. El nivel de motivación juvenil predominantemente alto y medio evidencia que las redes sociales son un espacio efectivamente atractivo en términos de información y conexión para el público joven. Sin embargo, de acuerdo a los resultados obtenidos esta motivación no siempre se transforma en participación activa.

Asimismo, Pastor (2021) afirma que las redes sociales contribuyen espacios que potencian la participación política juvenil, pero dicha participación en su mayoría depende del nivel de confianza hacia las instituciones. En este aspecto los resultados indican que a pesar que exista motivación o interés por los jóvenes en los temas difundidos por el

gobierno municipal de Aguas Verdes, la desconfianza o la falta de identificación con las autoridades municipales podrían limitar la participación activa.

De igual manera García (2019) describe a los jóvenes como agentes altamente expuestos a la información política, pero con prácticas participativas más circunstanciales que constantes. Asimismo, Macassi (2002) señala que la participación juvenil es sensible al contexto social, cultural y la clara evidencia de los propósitos de las instituciones, lo que explicaría que a pesar que la motivación es evidente no llega a consolidarse en una participación sostenible.

Finalmente, como tercer objetivo específico se planteó: Examinar el nivel de participación de los jóvenes en actividades y temas políticos en redes sociales relacionadas con el gobierno municipal de Aguas Verdes, los datos revelan que el nivel de participación juvenil en la mayoría se ubica en los niveles, medio con el 49,7% y un nivel alto 46,4%. Aunque los niveles de participación juvenil muestran que los jóvenes están inmersos en redes sociales del gobierno municipal, esta participación no se orienta exclusivamente a temas políticos. Este resultado coincide con lo planteado por Valera et al. (2015), que detalla que la participación juvenil brinda prioridad a las acciones vinculadas a dinámicas sociales antes que a procesos políticos formales.

Los resultados obtenidos se respaldan con lo expuesto por Valera et al. (2015) que presentan la diferencia entre participación formal y acciones cívicas informales, orientando dicha información a la investigación realizada, se deduce que los jóvenes de Aguas Verdes demuestran un compromiso dirigido en gran parte a la interacción social que a la participación política estructurada. Del mismo modo, según Casero (2018), las

redes sociales extienden la circulación de contenidos y favorecen la participación espontánea, lo que explica la baja participación activa o constante de los jóvenes en las publicaciones relacionadas con la municipalidad. En este sentido, la participación juvenil puede entenderse como una forma de expresión social y simbólica más que una participación política formal.

De modo general, los resultados de la investigación revelan que la comunicación política difundida por el gobierno municipal de Aguas Verdes no garantiza la participación juvenil en redes sociales, lo que indica que el interés y motivación que los jóvenes manifiestan no se convierte en una participación activa constante. Aunque los datos muestren niveles de participación juvenil medios altos, dicha participación no está relacionada de manera directa a contenidos políticos en cambio se relaciona con dinámicas sociales y culturales difundidas a través de las redes sociales de la municipalidad.

V. CONCLUSIONES

Los resultados concluyen en relación al objetivo general del estudio, que no existe una relación positiva entre las variables comunicación política y participación juvenil en el entorno del gobierno municipal. Esto refleja que las estrategias de comunicación que implementa la entidad no influyen de manera determinante en la participación de los jóvenes.

En relación al objetivo específico: Identificar los temas y mensajes difundidos por el gobierno municipal a través de redes sociales, se concluye que a pesar que la municipalidad mantiene una presencia digital activa y muestra intención por modernizar su comunicación institucional, la efectividad de sus mensajes no logra generar un efecto significativo en el público juvenil.

Respecto del objetivo específico: Evaluar el nivel de motivación de la participación juvenil en redes sociales sobre temas políticos vinculados al gobierno municipal, se encontró que los jóvenes en gran mayoría presentan un nivel alto de motivación para participar mediante las redes sociales sobre temas municipales. Sin embargo, su participación activa resulta ligeramente menor. Esto indica una diferencia entre la intención y la acción.

Finalmente, se determinó que la mayoría de los jóvenes de Aguas Verdes mantienen una participación media alta en las redes sociales vinculadas al gobierno municipal, dando evidencia de su presencia en el entorno digital, sin embargo, utilizan principalmente estas plataformas como espacio de interacción social y

entretenimiento por ello su involucramiento político se orienta principalmente sobre contenidos sociales, culturales o recreativos de su interés personal.

VI. RECOMENDACIONES

Dado que existe una relación nula entre la comunicación política y la participación juvenil se recomienda que el gobierno municipal, fortalezca sus estrategias de comunicación digital, que priorice espacios de interacción y participación activa en redes sociales, establecer un dialogo y colaboración con los jóvenes.

Se recomienda al gobierno municipal establecer la conexión con el público joven, mediante contenidos más atractivos, alineados a los intereses juveniles, sociales y culturales, con la finalidad de desarrollar el nivel de atención e implicación en las redes sociales de la institución.

Al evidenciarse una desigualdad entre la intención y la acción de la participación de los jóvenes en temas políticos, se recomienda orientar iniciativas que conviertan la motivación en conducta que permita potenciar la participación de los jóvenes de manera efectiva en los temas relacionados con la política local.

Se recomienda que los gobiernos municipales generen contenido más relevante, cercano y participativo que se vincule con los intereses de los jóvenes. Además, fomentar una participación ciudadana más consiente y sostenida en el ámbito político local, de manera que se pueda fortalecer sus estrategias de comunicación digital.

VII. REFERENCIAS

- Alsina, M. R. (2001). Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas (Vol. 11). Servicios de Publicaciones de la Universidad Autónoma de Barcelona.
- Andraus Quintero, C., & Gutiérrez Fernández, J. (2024). El impacto de las Redes Sociales en la difusión de contenidos políticos en la ciudad de Portoviejo. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo)*, 9(2), 1-17.
- Anduiza, E., Cristancho, C., & Cantijoch, M. (2012). La exposición a información política a través de internet. *Arbor. Ciencia, pensamiento y cultura*, 188(756).
- Arroyo Coico, R. (2022). Evolución de la comunicación política en los procesos electorales. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(4), 1249-1263. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.2658
- Barandiarán, X., Unceta, A., & Peña, S. (2020). Comunicación política en tiempos de nueva cultura política. *Revista ICONO 14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 18(1), 256-282.
- Barrenechea León, S. R., & Goicochea Vega, Y. (2021). Manifestaciones sociales en Perú: Redes sociales y participación juvenil del 9 al 15 de noviembre del 2020.
- Berlanga Ramírez, J. H., Salazar Mata, H., Verástegui Malo, E., & Villarreal Paredes, V. (2023). La participación de los jóvenes en redes sociales y su efecto en la desafección política. *Justicia*, 28(43), 205-216.
- Bobbio, N., Matteucci, N., & Pasquino, G. (1991). *Diccionario de política* (Vol. 2). Siglo xxi.

- Campbell, A.; Gurin, G., y Miller, W. E (1954): *The Voter Decides*, Evanston, ILL: VIII. Row, Peterson.
- Caro, L. (2019). 7 técnicas e instrumentos para la recolección de datos., <http://148.202.167.116:8080/xmlui/handle/123456789/2801>.
- Casal, J., & Mateu, E. (2003). Tipos de muestreo. *Rev. Epidem. Med. Prev*, 1(1), 3-7.
- Casas, E. (2009). Representación política y participación ciudadana en las democracias. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 51(205), 59-76.
- Casero, R. (2018). Investigación sobre información política y redes sociales: puntos clave y retos de futuro. *Profesional de la Información*, 27(5), 964-974.
- De Franco, C., & Josefina, Y. (2009). Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos.
- Del Rey Morató, J. (1996). ¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación política? *Zer: Revista de estudios de comunicación= Komunikazio ikasketen aldizkaria*, 1(1).
- Delfino, G. I., Zubieta, E. M., & Muratori, M. (2013). Tipos de participación política: análisis factorial confirmatorio con estudiantes universitarios de Buenos Aires, Argentina. *Revista Psicología Política*, 13(27), 301-318.
- Durán Sánchez, C. A. (2015). Aspectos interventores en la participación política y electoral de jóvenes. Una reflexión sobre la información, interacción y difusión de contenidos en redes sociales para futuras investigaciones en Santander. *Desafíos*, 27(1), 47-81.

- Fernández, E. F. (2006). Concepto de política y vida cotidiana. *Xihmai*, 1(1), 5.
- Ferrario, C. M. (2018). Conexión, conectividad y socialidad online: un acercamiento a la evolución de las redes sociales en la web 2.0. *Questión*.
- Fraile, M. (2007). La influencia del conocimiento político en las decisiones de voto. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, 120(1), 41-74.
- Galan Fiestas, R. A. (2024). La participación política a través de redes sociales: Una alternativa para fortalecer la democracia y los procesos electorales.
- García Guerrero, Jorge Eduardo. (2019). Redes Sociales e interés político: Frecuencia con la que se comparte información sin confirmar en Quito. *Revista ICONO 14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 17(2), 231–253. <https://doi.org/10.7195/ri14.v17i2.1308>.
- González, K. G. R., & Vilchis, M. D. C. V. (2024). Diseño metodológico. Aspectos metodológicos en la investigación odontológica, 121.
- González, M. (2012). "El impacto de las redes sociales en la comunicación". *Revista de Comunicación*, 11(2), 45-67.
- Guevara Rodas, S. I. S. E. (2021). Un análisis sobre las movilizaciones sociales urbanas y la participación política juvenil en el Perú.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2016). *Metodología de la investigación*. (6ª ed.). McGraw-Hill.
- Hernández, G. G. S. (2021) Comunicación política. *Prontuario de la Democracia*. <https://prontuario-democracia sociales.unam.mx/comunicacion-politica/>

Herrera Flores Ana Elizabeth, Campi Maldonado Alejandra Teresa, & Fariño Sánchez Nurik Denisse. (2021). El modelo de Harold Lasswell aplicado en comunicación digital. Caso: La Posta. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5659997>.

Herrera Miranda, I., & Leyva Muñoz, O. (2021). Jóvenes y participación política digital en el Estado de Guerrero.

Herrera, H. H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Revista reflexiones*, 91(2).

Hopenhayn, M. (2004). Participación juvenil y política pública: un modelo para armar. Santiago de Chile: Cepal.

Macassi, L. S. (2002). Participación juvenil en el contexto de recuperación democrática. *Ultima década*, (16), 7.

Mattelart, A. (2021). Historia de las teorías de la comunicación. Barcelona Paidós

Mena Farfán, K. V., La Rosa Feijoo, O. C, Arroyo Coico, R. ., & Mejía Benavides, A. . (2024). Análisis de las estrategias de comunicación política en la era digital: impactando la fidelización del electorado. *Revista InveCom / ISSN En línea*: 2739-0063, 5(3), 1–10. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14268046>

Montes, M. C. R., Parrales, J. A. O. Q., Morales, J. M., & Manzanares, E. R. (2011). Reflexiones sobre la comunicación política. *Espacios públicos*, 14(30), 85-101.

Montoya, L. H. B. (2006). Comunicación pública, comunicación política y democracia: un cruce de caminos. *Anagramas: Rumbos y Sentidos de la comunicación*, 5(9), 13-28.

- Morán, G. P. (2012). Participación política responsable. In *Crescendo*, 3(2), 345-348.
- Otero, E. (2020). Teorías de la comunicación (Vol. 2). Pontificia Universidad Católica del Ecuador
- Pascagaza, E. F., & Carrascal, H. S. S. (2022). Redes sociales y construcción de la ciudadanía digital. *Revista Boletín Redipe*, 11(9), 163-177.
- Peña, D. (2021). Movimientos sociales en la era de las redes sociales
- Posligua Quinde, I., & Ramírez Rodríguez, M. (2024). Comunicación política y redes sociales. La influencia en la opinión pública de la comunidad TikTok. *Ñawi: arte diseño comunicación*, 8(1), 285-300.
- Prieto, G., & Delgado, A. R. (2010). Fiabilidad y validez. *Papeles del psicólogo*, 31(1), 67-74.
- Ramírez Varela, F. (2019). La participación de los jóvenes en el entorno comunitario. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 19(37), 95-102.
- Restrepo, C. (2023). Redes sociales y participación política en las elecciones presidenciales de 2022 en Colombia. *Análisis Político*, 36(106), 133–164. <https://doi.org/10.15446/anpol.v36n106.111058>
- Riorda, M. (2010). Comunicación política en elecciones locales. *Más poder local*, (1), 10-13.
- Ríspolo, F. (2020). El campo de la comunicación política: el lugar de la comunicación de gobierno. *Postdata*, 25(1), 41-50.

- Rodríguez, J. C. (2001). Participación juvenil y ciudadanía. En: Protagonismo juvenil en proyectos locales: lecciones del Cono Sur-LC/G. 2098-P-2001-p. 73-87.
- Salud, A. C. D. S. M., & de Adolescentes, D. (2003). Manual de participación juvenil: trabajando con jóvenes.
- Santos, S. (2015). "Redes sociales y comunicación: Un estudio de caso". *Comunicación y Sociedad*, 30(1), 78-99.
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias. *RH Sampieri, Metodología de la Investigación*, 22.
- Sartori, Giovanni. (2005). *Elementos de teoría política*. Madrid: Alianza Editorial.
- Secretaría Nacional de la Juventud. (2023). *Senaju: Conoce la situación actual de los más de 7 millones de jóvenes peruanos de 15 a 29 años*. Gobierno del Perú. <https://juventud.gob.pe/2023/12/senaju-conoce-la-situacion-actual-de-los-mas-de-7-millones-de-jovenes-peruanos-de-15-a-29-anos/>
- Tariq, R., & Zeib, F. (2023). Empoderamiento político entre jóvenes votantes: Redes sociales, partidismo y papel moderador del interés político. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, (74), 101-112.
- Urbano Flores, C. F. (2022). Las redes sociales y la participación política de los jóvenes durante la crisis gubernamental en la ciudad de Lima del 09 al 17 noviembre del año 2020.
- Varela, E., Loreto Martínez, M., & Cumsille, P. (2015). *¿Es la participación política convencional un indicador del compromiso cívico de los jóvenes?* *Universitas Psychologica*, 14(2), 731-746.

- Vázquez-Ceballos, C. A. (2011). La participación ciudadana juvenil como un recurso externo al Gobierno. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 9(1), 45-59.
- Ventura, M. F. S. (2005). Más allá del voto: modos de participación política no electoral en México. *Foro internacional*, 65-88.
- Vidal Ledo, M., Vialart Vidal, M. N., & Hernández García, L. (2013). Redes sociales. *Educación médica superior*, 27(1), 146-157.
- Villegas Bermudez, M. A. (2024). Relación entre el uso de Facebook y Twitter con la eficacia y participación política juvenil en Lima 2021.
- Wolton, D. (2012). *La comunicación política. Construcción de un modelo. En AA. VV., Comunicación política (pp. 27-48)*. Buenos Aires: La Crujía.
- Zumárraga-Espinosa, M. (2022). Uso político de redes sociales y su efecto sobre la participación política offline: un análisis de mecanismos mediadores. *Aposta*, (92)

ANEXOS

Anexo 1

Matriz de consistencia

| PROBLEMA | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | VARIABLES | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | MÉTODO Y TÉCNICA |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Problema general</p> <p>¿Cuál es la relación entre la comunicación política y la participación juvenil en redes sociales del gobierno municipal de Aguas Verdes, Tumbes - 2025?</p> | <p>Objetivo general</p> <p>Determinar la relación entre la comunicación política y la participación juvenil en redes sociales del gobierno municipal de Aguas Verdes, Tumbes - 2025</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Identificar los principales temas y mensajes de la comunicación política del gobierno municipal de Aguas Verdes</p> | <p>Hi: Existe relación directa entre la comunicación política y la participación juvenil en redes sociales del gobierno municipal de Aguas Verdes, Tumbes - 2025</p> <p>Ho: No existe relación directa entre la comunicación política y la participación juvenil en redes sociales del gobierno municipal de</p> | <p>Variable 1:</p> <p>Comunicación Política</p> | <p>Para Hernández (2021) la comunicación política se define como el conjunto de símbolos, discursos y contenidos de interés colectivo que se intercambian, contrastan y confrontan en la esfera pública, generando un gran impacto en los procesos de la toma de decisiones. Lo que implica la creación de mensajes persuasivos que a través de los medios de comunicación buscan ser difundidos de manera masiva promoviendo el flujo bidireccional de información y opiniones entre gobernantes y ciudadanía.</p> | <p>La comunicación política es un conjunto de prácticas y estrategias discursivas y mediáticas utilizadas por actores políticos para transmitir mensajes que puedan influir en la opinión pública y fomentar la participación ciudadana. Dichas estrategias incluyen el uso de redes sociales, la personalización de mensajes y la segmentación del electorado.</p> | <p>Tipo de investigación:</p> <p>Estudio de enfoque cuantitativo.</p> <p>Diseño de investigación:</p> <p>Estudio de diseño descriptivo correlacional, no experimental y de corte transversal.</p> <p>Población:</p> <p>Jóvenes del distrito de Aguas Verdes</p> <p>Técnica:</p> <p>En esta investigación se</p> |

| | | | | | | |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | | | aplicará una encuesta. |
| | <p>difundidos en redes sociales durante el año 2025.</p> <p>Establecer los factores que motiven la participación juvenil en redes sociales sobre temas políticos vinculados al gobierno municipal.</p> <p>Examinar el nivel de participación de los jóvenes en actividades y temas políticos en redes sociales relacionadas con el gobierno municipal de Aguas Verdes.</p> | Aguas Verdes, Tumbes - 2025 | Variable 2: Participación juvenil | Ramírez (2019) conceptualiza a la participación juvenil como el involucramiento activo, voluntario y constante de los jóvenes en los procesos sociales, culturales y políticos, con el objetivo de incidir en las de afecten su entorno. Dicha participación se puede manifestar en diferentes formas, como el activismo, uso de redes sociales para la expresión de opiniones, colaboración con agentes políticos. | <p>La participación juvenil como un proceso en el cual los jóvenes sumen roles dentro de estructuras políticas formales, motivados por factores personales, sociales, y organizacionales.</p> <p>Esta participación puede manifestarse a través de canales formales, como el voto, movilizaciones sociales o la expresión de opiniones en redes sociales. En todos los casos implica la capacidad de incidir, tomar decisiones, y presentar intereses dentro de un espacio político.</p> | <p>Instrumento: Cuestionario dirigido a los jóvenes del distrito de Aguas Verdes.</p> |

Anexo 2

Operacionalización de variables

| VARIABLES | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | SUB DIMENSIONES | INDICADORES | ESCALA DE MEDICIÓN |
|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| VARIABLE 1: Comunicación política | La comunicación política como el grupo de símbolos, contenidos y discursos de interés colectivo que se intercambian, contrastan y confrontan en la esfera pública formando un gran impacto en los procesos de la toma de decisiones. Lo que implica la creación de mensajes persuasivos que a través de los medios de comunicación buscan ser difundidos de manera masiva promoviendo el flujo bidireccional de información y opiniones entre gobernantes y ciudadanía. | Contenido publicado en redes sociales | -Frecuencia de publicaciones. -Tipos de contenido publicado. -Relevancia de contenido | -Frecuencia de publicaciones -Percepción del tipo de contenido. -Percepción del contenido Grado en que el contenido | Escala de Likert Ordinal |
| | | Estrategias de comunicación política | Personalización de mensajes -Uso de lenguaje juvenil -Segmentación de mensajes | -Identificación del joven con los mensajes. -Frecuencia del uso del lenguaje juvenil. -Percepción de los mensajes dirigidos específicamente a los jóvenes. | |
| | | Percepción de los mensajes publicados en redes sociales | -Confianza en el contenido -Credibilidad de la fuente -Relevancia del contenido | Nivel de confianza que inspiran los mensajes. Percepción de credibilidad. | |

| | | | | |
|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | Grado de interés que generan los mensajes. |
| VARIABLE 2: Participación juvenil | <p>La participación juvenil como un proceso en el cual los jóvenes sumen roles dentro de estructuras políticas formales, motivados por factores personales, sociales, y organizacionales. Esta participación puede manifestarse a través de canales formales, como el voto, movilizaciones sociales o la expresión de opiniones en redes sociales. En todos los casos implica la capacidad de incidir, tomar decisiones, y presentar intereses dentro de un espacio político.</p> | Retroalimentación a las actividades municipales | Canal de expresión Satisfacción con la respuesta de la institución | Frecuencia con que los jóvenes expresan opiniones o sugerencias Nivel de satisfacción con la respuesta o reacción institucional recibida |
| | | Motivación | Motivación para participar Temas de interés Valoración de programas municipales | Grado de motivación que sienten los jóvenes al ver temas políticos. Intensidad de interés en contenidos sobre cultura, deporte, educación. Percepción sobre la utilidad de los programas municipales promocionados. |
| | | Participación juvenil activa | Emisión de opinión Influencia percibida Participación directa | Frecuencia con la que los jóvenes expresan ideas, críticas o propuestas en redes sociales sobre asuntos públicos. Grado en que perciben que su opinión en redes influye en decisiones políticas locales. Nivel de participación en campañas, encuestas, transmisiones en vivo o actividades convocadas vía redes. |

Anexo 3

CUESTIONARIO

Información general

Sexo: Masculino () Femenino ()

Edad:()

Estado civil: Soltero () Casado ()

Escala de intervalos

| | | | | |
|----------|--------------|-----------|----------------|------------|
| 1= Nunca | 2=Casi Nunca | 3=A veces | 4=Casi Siempre | 5= Siempre |
|----------|--------------|-----------|----------------|------------|

Variables de investigación

Variable 1: Comunicación Política

| INDICADOR/ITEMS | | ESCALA | | | | |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| N° | DIMENSIONES / Frecuencia de publicaciones en redes sociales | | | | | |
| 1 | ¿Con que frecuencia accede a las publicaciones en la red social Facebook del gobierno municipal de Aguas Verdes? | | | | | |
| 2 | ¿Qué tan frecuente percibe las publicaciones realizadas en la red social Facebook del gobierno municipal de Aguas Verdes? | | | | | |
| 3 | ¿El contenido que publican en Facebook de la municipalidad distrital de Aguas Verdes aborda temas que resultan útil y relevantes para los jóvenes? | | | | | |
| N° | DIMENSIONES / Estrategias de comunicación política | | | | | |
| 4 | ¿Los mensajes políticos en red social Facebook de la municipalidad distrital de Aguas Verdes usan un lenguaje claro y juvenil? | | | | | |
| 5 | ¿Con qué frecuencia considera que los mensajes divulgados en la red social Facebook del gobierno municipal de Aguas Verdes está dirigida especialmente a los jóvenes? | | | | | |
| 6 | ¿Se identifica con el estilo de comunicación usada por el gobierno municipal de Aguas Verdes a través de su red social Facebook? | | | | | |

| | | | | | | |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 7 | ¿puedes interactuar fácilmente con el gobierno municipal de Aguas Verdes a través de su red Social Facebook? | | | | | |
| N° | DIMENSIONES / Percepción del mensaje | | | | | |
| 8 | ¿Qué tan confiables consideran los mensajes divulgados por el gobierno municipal de Aguas Verdes a través de la red social Facebook? | | | | | |
| 9 | ¿Considera creíble el contenido político que circula en la red social Facebook del gobierno municipal? | | | | | |
| 10 | ¿Considera que los mensajes transmitidos por el gobierno municipal a través de su red social Facebook captan su atención e interés como joven? | | | | | |

Variable 2: Participación Juvenil

| INDICADOR/ITEMS | | ESCALA | | | | |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| N° | DIMENSIONES / Retroalimentación | | | | | |
| 1 | ¿Considera que la retroalimentación brindada por el gobierno municipal de Aguas Verdes fomenta de manera positiva a la participación de los jóvenes en temas de interés? | | | | | |
| 2 | ¿Suele expresar sus opiniones o sugerencias sobre temas municipales divulgados en red social Facebook? | | | | | |
| 3 | ¿Se siente satisfecho (a) con la retroalimentación que brindan las autoridades cuando expresa su opinión en la red social Facebook de la Municipalidad? | | | | | |
| N° | DIMENSIONES / Motivación | | | | | |
| 4 | ¿Se siente motivado a participar cuando se abordan temas de interés en red social Facebook del gobierno municipal? | | | | | |
| 5 | ¿tiene interés en el contenido publicados por el gobierno municipal relacionado con cultura, deporte o educación en la red social Facebook? | | | | | |
| 6 | ¿Considera útiles los programas promocionados para los jóvenes por la red social Facebook del gobierno municipal? | | | | | |

| N° | DIMENSIONES /participación activa | | | | | |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 7 | ¿Estás dispuesto(a) a involucrarte en actividades que consideras importantes para las jóvenes difundidas en la red social de Facebook del gobierno municipal? | | | | | |
| 8 | ¿Motiva a otros jóvenes de su entorno a participar en las campañas o actividades municipales difundidas por el gobierno municipal de Aguas Verdes? | | | | | |
| 9 | ¿Participa en campañas, encuestas o actividades municipales promovidas por el gobierno municipal de Aguas Verdes? | | | | | |
| 10 | ¿Considera que los mensajes transmitidos por el gobierno municipal a través de su red social Facebook captan su atención e interés como joven? | | | | | |
| 11 | ¿Considera que su participación en red social Facebook influirá de manera significativa en la toma de decisiones del gobierno municipal de Aguas Verdes? | | | | | |

Anexo 4

Validación de instrumento

MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Variable 1: Comunicación Política

| Nº | DIMENSIONES / Frecuencia de publicaciones en redes sociales | Claridad ¹ | | | | Coherencia ² | | | | Relevancia ³ | | | | Observaciones/ Recomendaciones |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|---|---|---|-------------------------|---|---|---|-------------------------|---|---|---|-----------------------------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| 1 | ¿Con que frecuencia accede a las publicaciones en la red social Facebook del gobierno municipal de Aguas Verdes? | | | | X | | | | X | | | | X | |
| | • Nunca | | | | | | | | | | | | | |
| | • Casi nunca | | | | | | | | | | | | | |
| | • A veces | | | | | | | | | | | | | |
| | • Casi siempre | | | | | | | | | | | | | |
| | • Siempre | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | ¿Qué tan frecuente percibe las publicaciones realizadas en la red social Facebook del gobierno municipal de Aguas Verdes? | | | | X | | | | X | | | | X | |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|---|--|--|--|---|--|--|--|---|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> Nunca | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Casi nunca | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> A veces | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Casi siempre | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Siempre | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | ¿El contenido que publican en Facebook de la municipalidad distrital de Aguas Verdes aborda temas que resultan útil y relevantes para los jóvenes? | | | | X | | | | X | | | | X | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Nunca | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Casi nunca | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> A veces | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Casi siempre | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Siempre | | | | | | | | | | | | | | |
| Nº | DIMENSIONES / Estrategias de comunicación política | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | ¿Los mensajes políticos en red social Facebook de la municipalidad distrital de Aguas Verdes usan un lenguaje claro y juvenil? | | | | X | | | | X | | | | X | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Nunca | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Casi nunca | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> A veces | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|---|--|--|--|--|---|--|--|--|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Casi siempre | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Siempre | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | ¿Con qué frecuencia considera que los mensajes divulgados en la red social Facebook del gobierno municipal de Aguas Verdes está dirigida especialmente a los jóvenes? | | | | X | | | | | X | | | | X | |
| 6 | <ul style="list-style-type: none"> • Nunca | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Casi nunca | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • A veces | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Casi siempre | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Siempre | | | | | | | | | | | | | | |
| | ¿Se identifica con el estilo de comunicación usada por el gobierno municipal de Aguas Verdes a través de su red social Facebook? | | | | X | | | | | X | | | | X | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Nunca | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Casi nunca | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • A veces | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Casi siempre | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Siempre | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | ¿puedes interactuar fácilmente con el gobierno municipal de Aguas Verdes a través de su red Social Facebook? | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|---|--|--|--|---|--|--|--|--|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> Nunca | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Casi nunca | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> A veces | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Casi siempre | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Siempre | | | | | | | | | | | | | | |
| Nº | DIMENSIONES / Percepción del mensaje | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | ¿Qué tan confiables consideran los mensajes divulgados por el gobierno municipal de Aguas Verdes a través de la red social Facebook? | | | | X | | | | X | | | | | X | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Nunca | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Casi nunca | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> A veces | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Casi siempre | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Siempre | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | ¿Considera creíble el contenido político que circula en la red social Facebook del gobierno municipal? | | | | X | | | | X | | | | | X | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Nunca | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Casi nunca | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> A veces | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|---|--|--|--|--|---|--|--|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Casi siempre | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Siempre | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | ¿Considera que los mensajes transmitidos por el gobierno municipal a través de su red social Facebook captan su atención e interés como joven? | | | | X | | | | | X | | | X | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Nunca | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Casi nunca | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • A veces | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Casi siempre | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Siempre | | | | | | | | | | | | | |

Variable 2: Participación Juvenil

| Nº | DIMENSIONES / Retroalimentación | Claridad ¹ | | | | Coherencia ² | | | | Relevancia ³ | | | | Observaciones/ Recomendaciones |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|---|---|---|-------------------------|---|---|---|-------------------------|---|---|---|-----------------------------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| 11 | ¿Considera que la retroalimentación brindada por el gobierno municipal de Aguas Verdes fomenta de manera positiva a la participación de los jóvenes en temas de interés? | | | | x | | | | x | | | | X | |
| | • Nunca | | | | | | | | | | | | | |
| | • Casi nunca | | | | | | | | | | | | | |
| | • A veces | | | | | | | | | | | | | |
| | • Casi siempre | | | | | | | | | | | | | |
| | • Siempre | | | | | | | | | | | | | |
| 12 | ¿Suele expresar sus opiniones o sugerencias sobre temas municipales divulgados en red social Facebook? | | | | | | | | | | | | | |
| | • Nunca | | | | | | | | | | | | | |
| | • Casi nunca | | | | | | | | | | | | | |
| | • A veces | | | | | | | | | | | | | |
| | • Casi siempre | | | | | | | | | | | | | |
| | • Siempre | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|---|--|--|--|--|---|--|--|--|---|--|
| 13 | ¿Se siente satisfecho (a) con la retroalimentación que brindan las autoridades cuando expresa su opinión en la red social Facebook de la Municipalidad? | | | | x | | | | | x | | | | X | |
| | • Nunca | | | | | | | | | | | | | | |
| | • Casi nunca | | | | | | | | | | | | | | |
| | • A veces | | | | | | | | | | | | | | |
| | • Casi siempre | | | | | | | | | | | | | | |
| | • Siempre | | | | | | | | | | | | | | |
| Nº | DIMENSIONES / Temática de interés | | | | | | | | | | | | | | |
| 14 | ¿Se siente motivado a participar cuando se abordan temas de interés en red social Facebook del gobierno municipal? | | | | x | | | | | x | | | | X | |
| | • Nunca | | | | | | | | | | | | | | |
| | • Casi nunca | | | | | | | | | | | | | | |
| | • A veces | | | | | | | | | | | | | | |
| | • Casi siempre | | | | | | | | | | | | | | |
| | • Siempre | | | | | | | | | | | | | | |
| 15 | ¿tiene interés en el contenido publicados por el gobierno municipal relacionado con cultura, deporte o educación en la red social Facebook? | | | | x | | | | | x | | | | X | |
| | • Nunca | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Casi nunca | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • A veces | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Casi siempre | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Siempre | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 16 | ¿Considera útiles los programas promocionados para los jóvenes por la red social Facebook del gobierno municipal? | | | | x | | | | | | | | | | | | | | X |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Nunca | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Casi nunca | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • A veces | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Casi siempre | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Siempre | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| N° | DIMENSIONES /participación activa | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 17 | ¿Estás dispuesto(a) a involucrarte en actividades que consideras importantes para las jóvenes difundidas en la red social de Facebook del gobierno municipal? | | | | X | | | | | | | | | | | | | | X |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Nunca | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Casi nunca | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • A veces | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|---|--|--|--|--|--|---|--|--|--|--|--|--|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Casi siempre | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Siempre | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Siempre | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 18 | ¿Motiva a otros jóvenes de su entorno a participar en las campañas o actividades municipales difundidas por el gobierno municipal de Aguas Verdes? | | | | x | | | | | | x | | | | | | | X | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Nunca | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Casi nunca | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • A veces | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Casi siempre | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Siempre | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 19 | ¿Participa en campañas, encuestas o actividades municipales promovidas por el gobierno municipal de Aguas Verdes? | | | | x | | | | | | x | | | | | | | X | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Nunca | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Casi nunca | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • A veces | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Casi siempre | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Siempre | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|---|--|--|--|--|---|--|--|--|--|---|--|
| 20 | ¿Considera que las interacciones (comentarios) de los jóvenes en Facebook influye en las acciones que implementa el gobierno municipal de Aguas Verdes? | | | | x | | | | | x | | | | | x | |
| | Nunca | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Casi nunca | | | | | | | | | | | | | | | |
| | A veces | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Casi siempre | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Siempre | | | | | | | | | | | | | | | |
| 21 | ¿Considera que su participación en red social Facebook influirá de manera significativa en la toma de decisiones del gobierno municipal de Aguas Verdes? | | | | x | | | | | x | | | | | X | |
| | • Nunca | | | | | | | | | | | | | | | |
| | • Casi nunca | | | | | | | | | | | | | | | |
| | • A veces | | | | | | | | | | | | | | | |
| | • Casi siempre | | | | | | | | | | | | | | | |
| | • Siempre | | | | | | | | | | | | | | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Revisado el instrumento de recolección de datos existe la suficiencia para que este sea aplicado en la investigación.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Oscar Calixto La Rosa Feijoo

DNI: 00230120

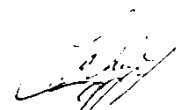
¹**Claridad:** El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

²**Coherencia:** El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

³**Relevancia:** El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Tumbes, 12 de diciembre del 2024



Firma del experto

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Revisado el instrumento de recolección de datos existe la suficiencia para que este sea aplicado en la investigación.

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. José Martín Mogollón Medina

DNI: 43849098

Tumbes, 12 de diciembre del 2024

¹**Claridad:** El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

²**Coherencia:** El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

³**Relevancia:** El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del experto

Constancia de validación de instrumento de investigación

Experto 1: Comunicador social



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS



Mediante la presente, se deja constancia de haber revisado los ítems del instrumento cuestionario que la investigadora Lilian Alicia Peña Santos usó para su trabajo de tesis de “Comunicación política y participación juvenil en redes sociales del gobierno municipal de Aguas Verdes, Tumbes - 2025”

El instrumento mide, las variables Comunicación política y participación juvenil. Los ítems de los instrumentos muestran en general Variable 1: Comunicación Política; dimensiones (Redes sociales, Estrategias de comunicación política, Percepción de mensaje); Variable 2: Participación juvenil; dimensiones (Retroalimentación, Temática de interés, Participación activa). y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes en el tema.

En tal sentido, se garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el referido investigador.

12 de diciembre del 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Oscar Calixto La Rosa Feijoo".

Dr. Oscar Calixto La Rosa Feijoo

D.N.I: 00230120

ORCID: 0000-0003-2262-1003

Docente de la universidad nacional de Tumbes

Experto 2: Comunicador Social



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS



Mediante la presente, se deja constancia de haber revisado los ítems del instrumento cuestionario que la investigadora Lilian Alicia Peña Santos usó para su trabajo de tesis de “Comunicación política y participación juvenil en redes sociales del gobierno municipal de Aguas Verdes, Tumbes - 2025”

El instrumento mide, las variables Comunicación política y participación juvenil. Los ítems de los instrumentos muestran en general Variable 1: Comunicación Política; dimensiones (Redes sociales, Estrategias de comunicación política, Percepción de mensaje); Variable 2: Participación juvenil; dimensiones (Retroalimentación, Temática de interés, Participación activa). y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes en el tema.

En tal sentido, se garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el referido investigador.

12 de diciembre del 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read "J.M. Mogollón Medina".

Mg. José Martín Mogollón Medina

D.N.I: 43849098

ORCID: 0000-0002- 5694 - 0339

Docente de la universidad nacional de Tumbes

Anexo 5

Base de datos

| P 1 | P 2 | P 3 | P 4 | P 5 | P 6 | P 7 | P 8 | P 9 | P1 0 | P1 1 | P1 2 | P1 3 | P1 4 | P1 5 | P1 6 | P1 7 | P1 8 | P1 9 | P2 0 | P2 1 |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 |
| 2 | 4 | 2 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 4 | 2 | 3 | 4 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 2 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 5 | 2 | 3 | 1 | 3 | 5 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 5 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 1 | 1 | 3 | 1 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 |
| 3 | 5 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 4 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 5 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 2 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 |
| 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 2 | 5 | 4 | 2 | 4 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 1 | 1 | 1 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 5 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 1 | 1 | 1 |
| 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 2 | 1 | 4 | 5 | 1 | 1 |
| 2 | 2 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 3 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 1 |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 1 | 1 | 1 |
| 3 | 5 | 1 | 4 | 1 | 3 | 1 | 4 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 1 | 1 |
| 3 | 1 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 1 | 4 |
| 2 | 3 | 1 | 5 | 2 | 2 | 4 | 5 | 3 | 2 | 5 | 3 | 1 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 1 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| 2 | 2 | 3 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 1 | 2 | 4 | 5 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 1 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 1 | 1 |
| 4 | 4 | 5 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 5 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 |
| 3 | 1 | 4 | 1 | 1 | 4 | 5 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 |
| 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 3 | 3 | 1 | 5 | 1 | 4 | 4 | 5 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | 1 | 2 | 5 | 1 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 1 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 1 | 1 | 1 | 4 | 3 | 5 | 1 | 2 | 1 | 1 | 5 | 3 | 5 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 1 | 2 | 4 | 1 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 3 | 1 | 2 | 1 | 5 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 |
| 2 | 5 | 5 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 5 |
| 2 | 2 | 5 | 2 | 3 | 5 | 2 | 5 | 4 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 |
| 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 5 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 |
| 2 | 1 | 1 | 5 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 5 | 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 4 | 5 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 4 |
| 1 | 3 | 2 | 5 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| 1 | 1 | 3 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 1 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 3 | 1 |
| 4 | 4 | 2 | 5 | 1 | 2 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 1 | 2 | 5 | 1 | 4 | 5 | 1 |
| 1 | 2 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 1 | 1 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 |
| 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 5 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 4 | 2 | 5 | 3 | 1 | 2 | 5 | 4 |
| 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 1 | 4 | 5 | 1 | 2 | 1 | 3 | 5 | 4 | 1 | 2 | 4 | 5 | 5 |
| 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 5 | 1 | 2 | 1 | 3 | 4 | 1 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 1 | 3 |
| 4 | 1 | 4 | 5 | 5 | 1 | 1 | 2 | 5 | 1 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 1 | 4 |
| 2 | 1 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 1 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 1 |
| 5 | 2 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 5 | 3 | 2 | 2 | 3 |
| 3 | 3 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 1 | 4 |
| 1 | 4 | 3 | 1 | 2 | 4 | 5 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 1 | 5 | 1 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 |
| 2 | 3 | 1 | 3 | 5 | 1 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 1 | 2 | 3 |

Anexo 6

Gráficos de resultados

Resultado tabla 01, objetivo General.

Determinar la relación entre la comunicación política y la participación juvenil en redes sociales del gobierno municipal de Aguas Verdes, Tumbes - 2025.

Correlaciones

| | | | Comunicación Política | Participación Juvenil |
|--------------------|--------------------------|-------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Rho de Spearman | Comunicación Política | Coeficiente de correlación | 1.000 | .151** |
| | | Sig. (bilateral) | . | .006 |
| | | N | 336 | 336 |
| | Participación Juvenil | Coeficiente de correlación | .151** | 1.000 |
| | | Sig. (bilateral) | .006 | . |
| | | N | 336 | 336 |

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

La tabla 1 se observa el resultado del análisis de correlación de las variables de estudio. El coeficiente de correlación de Rho Spearman =.151, con un nivel de significancia bilateral de $p=.006$, valor inferior de la significancia establecida, al no existir relación significativa se rechaza la hipótesis de investigación y se acepta la hipótesis nula.

Resultado tabla 3, objetivo específico 1.

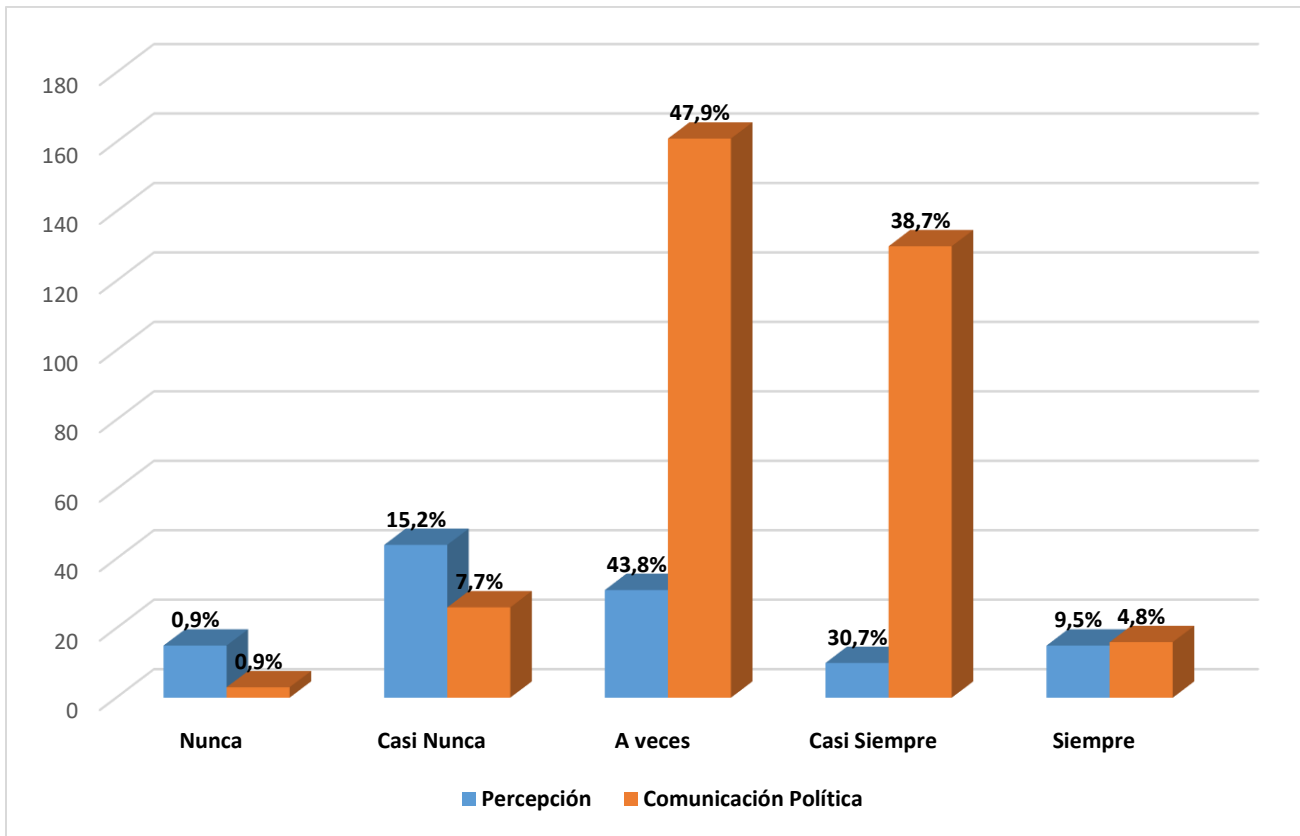
Identificar temas y mensajes de la comunicación política del gobierno municipal de Aguas Verdes difundidos en redes sociales, 2025.

Percepción de mensajes

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 3 | .9 | .9 | .9 |
| | Casi Nunca | 51 | 15.2 | 15.2 | 16.1 |
| | A veces | 147 | 43.8 | 43.8 | 59.8 |
| | Casi siempre | 103 | 30.7 | 30.7 | 90.5 |
| | Siempre | 32 | 9.5 | 9.5 | 100.0 |
| | Total | 336 | 100.0 | 100.0 | |

Comunicación Política

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 3 | .9 | .9 | .9 |
| | Casi Nunca | 26 | 7.7 | 7.7 | 8.6 |
| | A veces | 161 | 47.9 | 47.9 | 56.5 |
| | Casi siempre | 130 | 38.7 | 38.7 | 95.2 |
| | Siempre | 16 | 4.8 | 4.8 | 100.0 |
| | Total | 336 | 100.0 | 100.0 | |



En la tabla 3 de resultados se muestra los datos de las dimensiones siguientes:

Percepción de mensajes: se observa que un 43,8% de los jóvenes respondieron que A veces perciben a los mensajes políticos como presentes y efectivos, seguido de un 30,7% que respondieron que Casi siempre se logra este tipo de mensajes, el 15,2 de los encuestados respondieron que Casi nunca, el 9,5% que Siempre y el 0,9% que Nunca.

Comunicación Política: los resultados arrojaron que el 47,9% de encuestados consideran que a veces la comunicación política se manifiesta en los contenidos digitales publicados, mientras que un 38,7 percibe que esta comunicación ocurre casi siempre.

Resultados cuadro 03, objetivo específico 2.

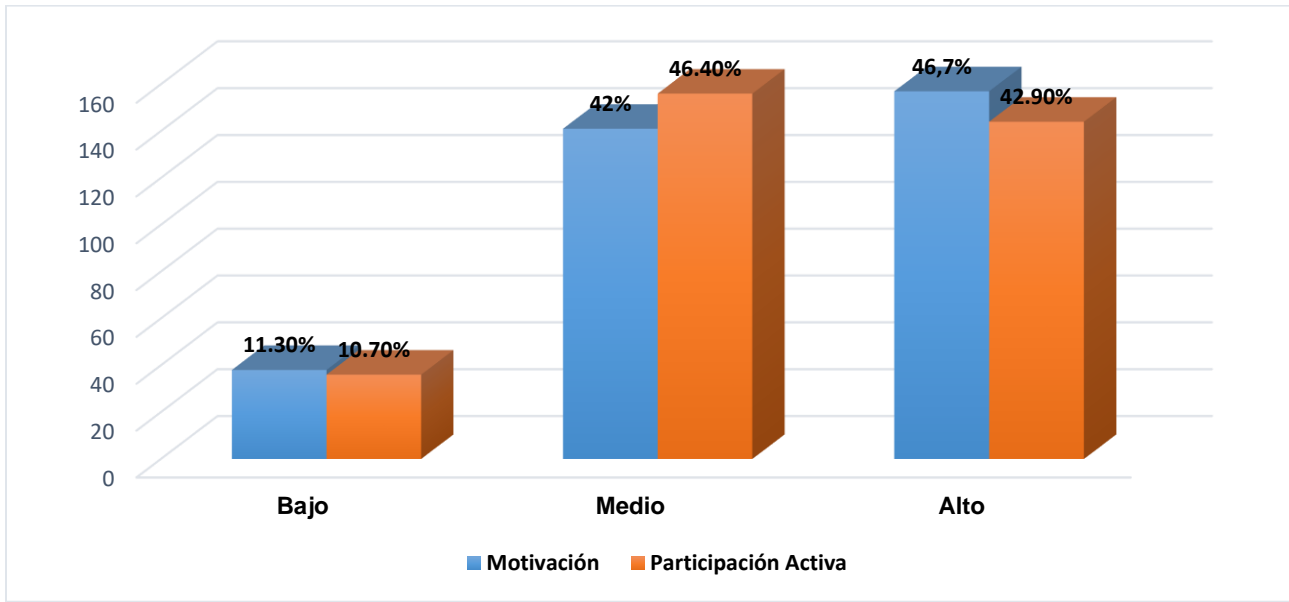
Evaluar el nivel de motivación de la participación juvenil en redes sociales sobre temas políticos vinculados al gobierno municipal.

Motivación

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bajo | 38 | 11.3 | 11.3 | 11.3 |
| | Medio | 141 | 42.0 | 42.0 | 53.3 |
| | Alto | 157 | 46.7 | 46.7 | 100.0 |
| | Total | 336 | 100.0 | 100.0 | |

Participación activa

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bajo | 36 | 10.7 | 10.7 | 10.7 |
| | Medio | 156 | 46.4 | 46.4 | 57.1 |
| | Alto | 144 | 42.9 | 42.9 | 100.0 |
| | Total | 336 | 100.0 | 100.0 | |



En la tabla 3 de resultados se muestra los datos de las dimensiones siguientes:

Motivación: los resultados muestran un 46,7% de los encuestados se ubican en el nivel alto, seguido de un 42,0% que se ubican en un nivel medio y el nivel bajo se evidencia con 11,3%.

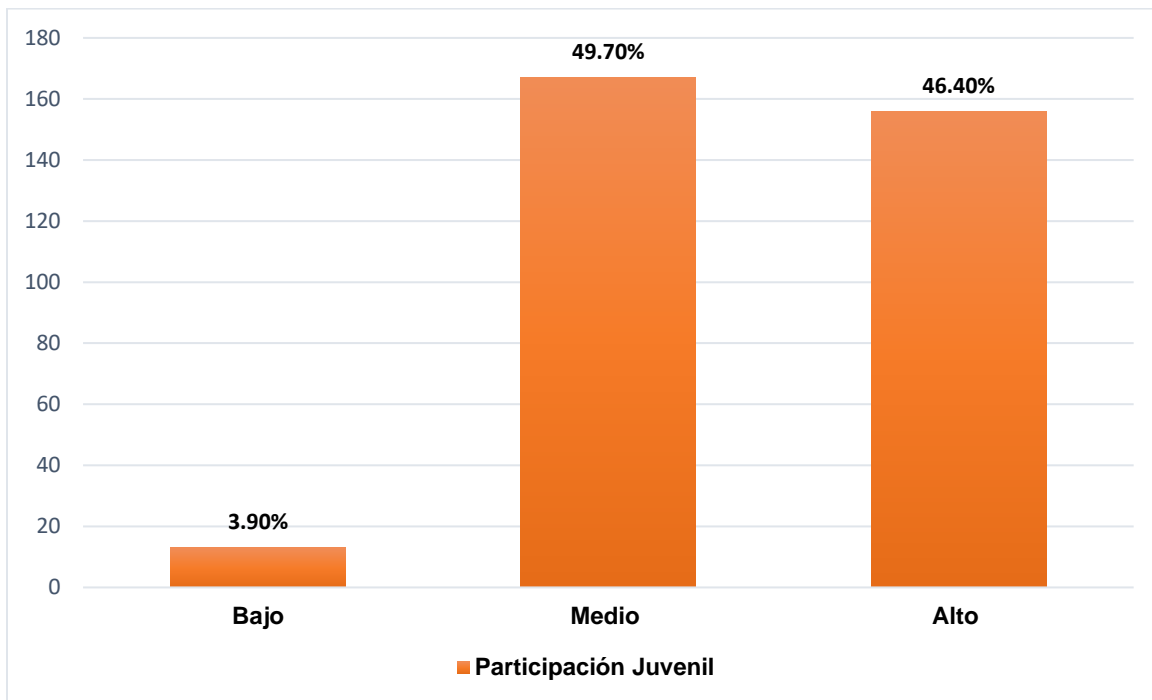
Participación activa: los resultados arrojaron que el 46,4% de los jóvenes presentan un nivel medio de participación activa en redes sociales mientras que el nivel alto se ve reflejado con un 42.9% y el nivel bajo es del 10.7%.

Resultados del cuadro 04, objetivo específico 3.

Examinar el nivel de participación de los jóvenes en actividades y temas políticos en redes sociales relacionadas con el gobierno municipal de Aguas Verdes.

Participación Juvenil

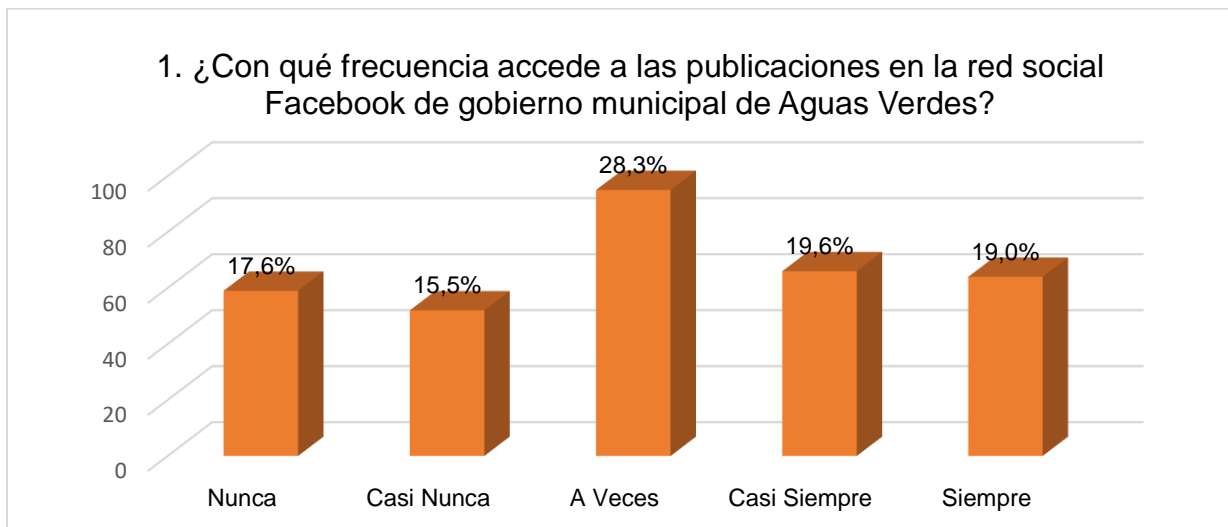
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bajo | 13 | 3.9 | 3.9 | 3.9 |
| | Medio | 167 | 49.7 | 49.7 | 53.6 |
| | Alto | 156 | 46.4 | 46.4 | 100.0 |
| | Total | 336 | 100.0 | 100.0 | |



En la tabla 4 se muestra los niveles de participación juvenil en redes sociales vinculados a las actividades y temas de la esfera política del gobierno municipal de Aguas Verdes. Los resultados revelan que el 49,7% de los jóvenes presentan un nivel medio de participación, seguido por un 46,4% que manifiestan un nivel alto, mientras que solo un 3,9% se ubican en el nivel bajo.

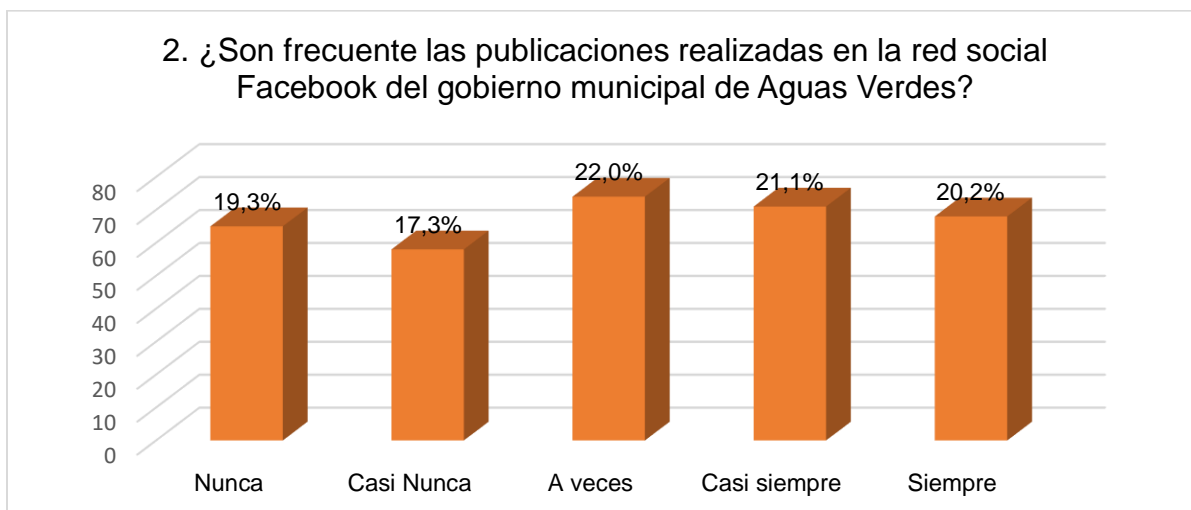
Resultados de cada ítem.

Pregunta 1.



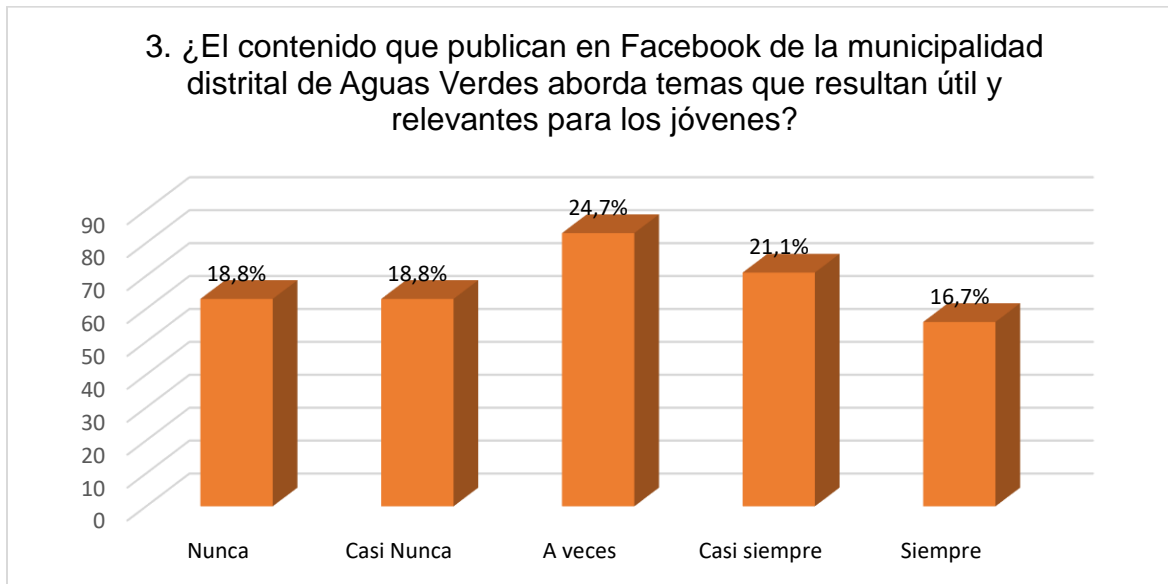
Interpretación: En la pregunta 1 del cuestionario, se obtuvieron como resultado que, el 28,3% de los jóvenes accede a veces a las publicaciones del gobierno municipal de Aguas Verdes, mientras que un 19,6% y 19% acceden casi siempre y siempre, el 17,6% y el 15,5% contestaron que nunca y casi nunca acceden a las publicaciones. El gráfico muestra que la mayoría de los jóvenes accede a las publicaciones de manera ocasional.

Pregunta 2.



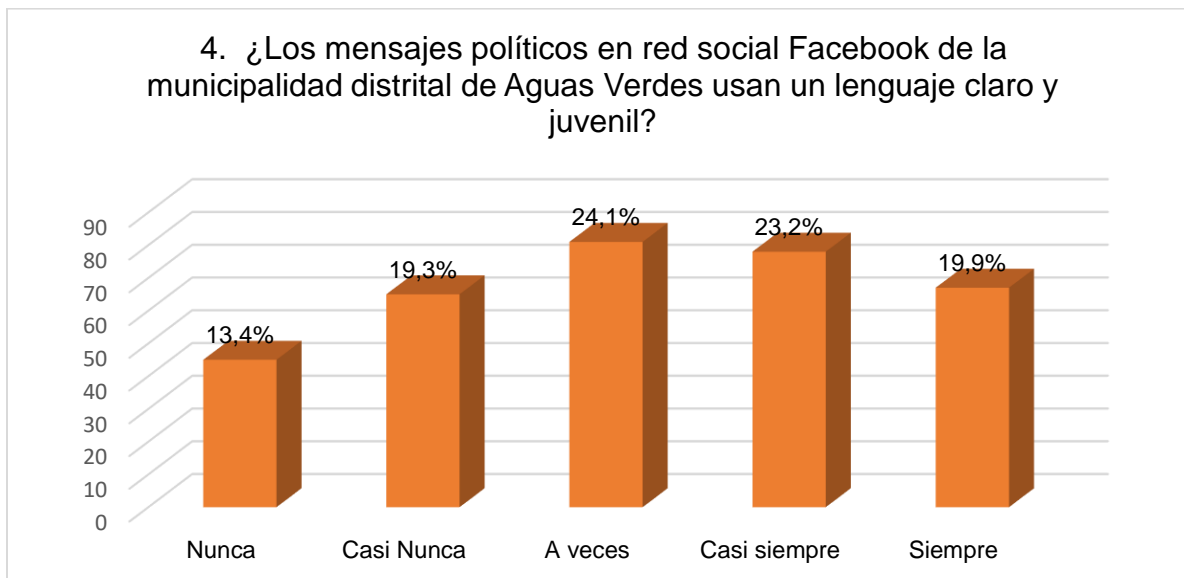
Interpretación: El gráfico de la pregunta 2 sobre la frecuencia de las publicaciones realizadas en Facebook por la municipalidad, muestra como resultados que la opción más señalada es A veces con 22% seguida de Casi siempre con 21,1% y Siempre con 20,2%, lo que indica que gran parte de los jóvenes encuestados perciben de manera moderada a alta la actividad en la red. Un 19,3% corresponde a la opción Nunca y 17,3% a Casi nunca. Los resultados reflejan una percepción mixta sobre la frecuencia de publicaciones.

Pregunta 3.



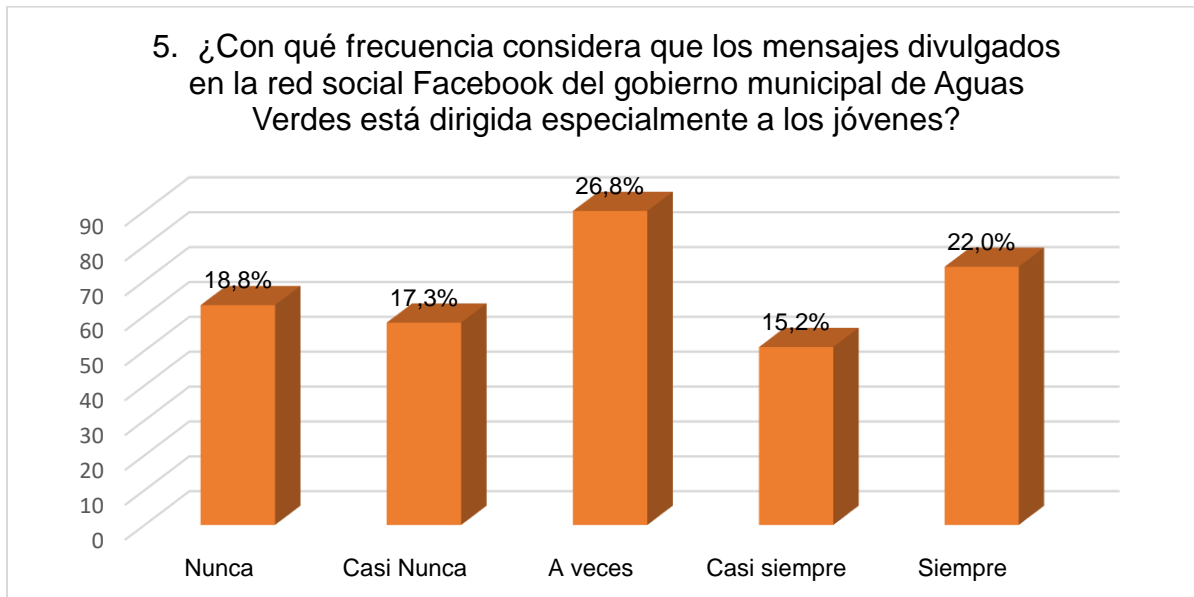
Interpretación: El gráfico de la pregunta 3 muestra que la mayoría de los jóvenes encuestados considera que el contenido publicado por la municipalidad en Facebook es útil o relevante de manera ocasional, ya que el 24,7% respondieron que A veces. Además, un 21,1% Casi siempre y 16,7% Siempre, percibe que se abordan temas de interés juvenil con cierta frecuencia. El 18,8 lo obtuvo la opción Nunca y Casi nunca, consideran que los contenidos no son útiles ni relevantes.

Pregunta 4.



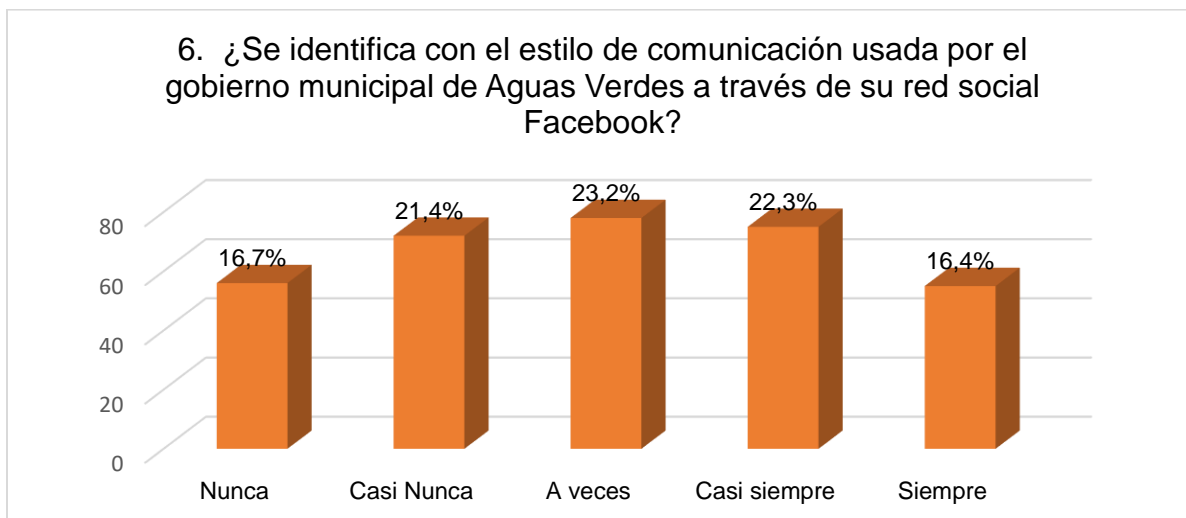
Interpretación: Los resultados del cuadro de la pregunta 4 muestran una percepción diversa del uso del lenguaje claro y juvenil en los mensajes políticos del Facebook de la municipalidad. Un 24,1% afirma que A veces se emplea un lenguaje juvenil, el 23,2% considera que Casi siempre, el 19% que Siempre y el 13,4% indica que Nunca un lenguaje claro y adecuado para los jóvenes.

Pregunta 5.



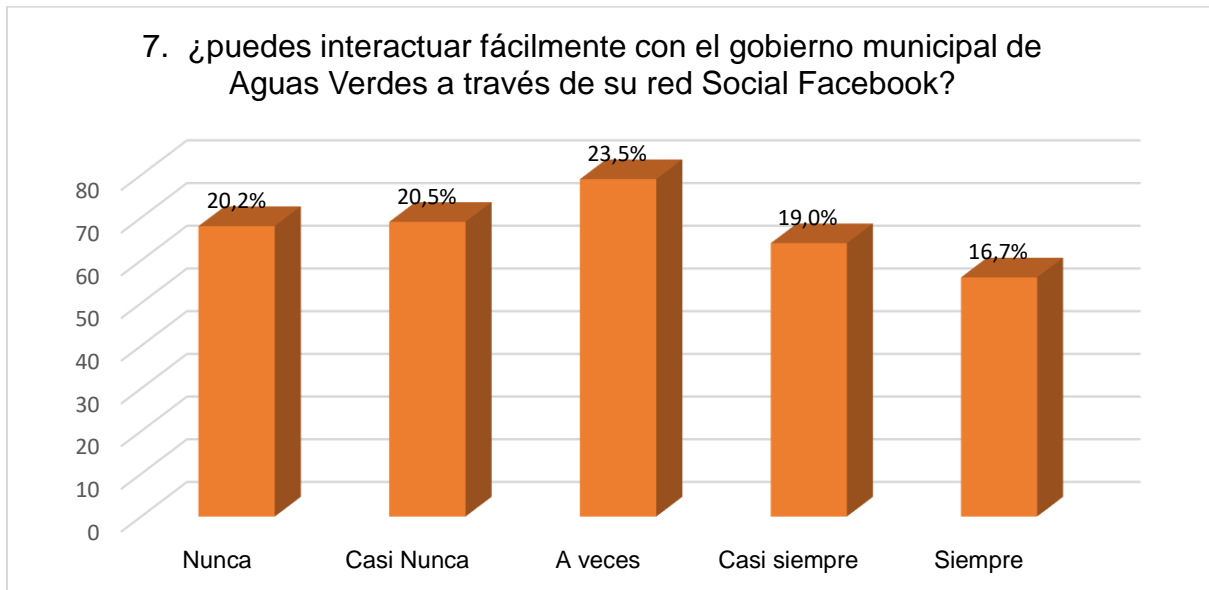
Interpretación: Los resultados del cuadro de la pregunta 5 muestran la frecuencia en la que los mensajes de Facebook de la municipalidad están dirigidos especialmente a los jóvenes, el 26,8% de los encuestados señala que A veces los mensajes si están orientados únicamente a los jóvenes, el 22% afirma que Siempre, un 18,8% considera que Nunca, el 17,3% que Casi nunca y el 15,2% que casi siempre los contenidos están orientados al público juvenil.

Pregunta 6.



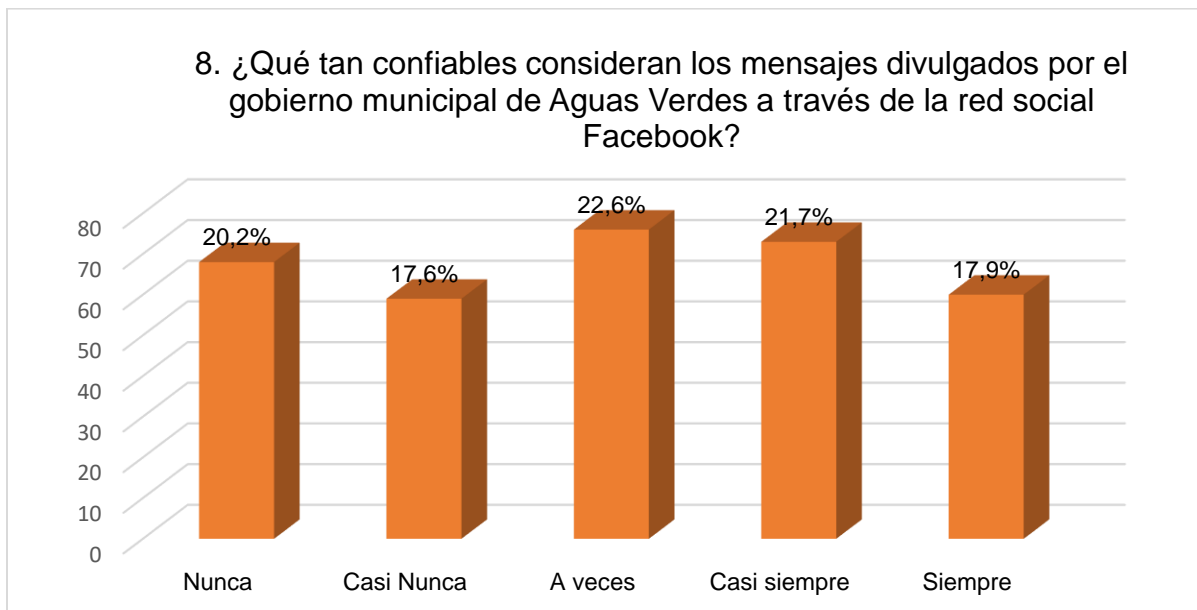
Interpretación: Los resultados del cuadro de la pregunta 6 muestran que el 23,2% de los jóvenes encuestados respondieron que A veces se identifican con el estilo de comunicación que emplea de la municipalidad, el 23,3% señalaron que Casi siempre, un 21,4% Casi nunca, el 16,7% Nunca y el 16,4% Siempre.

Pregunta 7.



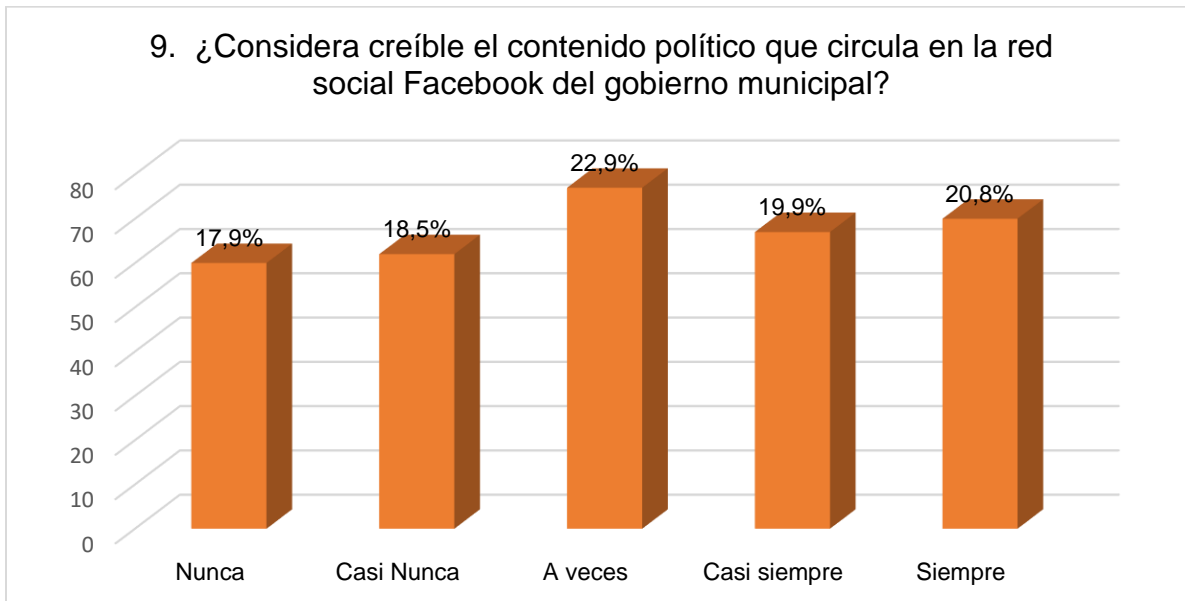
Interpretación: Los resultados del cuadro de la pregunta 7 muestran que el 23,5% de los jóvenes encuestados indican que A veces se puede interactuar fácilmente con la municipalidad a través de su red social, el 20,5% señalaron que Casi nunca, el 20,2% Nunca, el 19% Casi siempre y el 16,7% Siempre. Los resultados reflejan que la interacción con la municipalidad es limitada.

Pregunta 8.



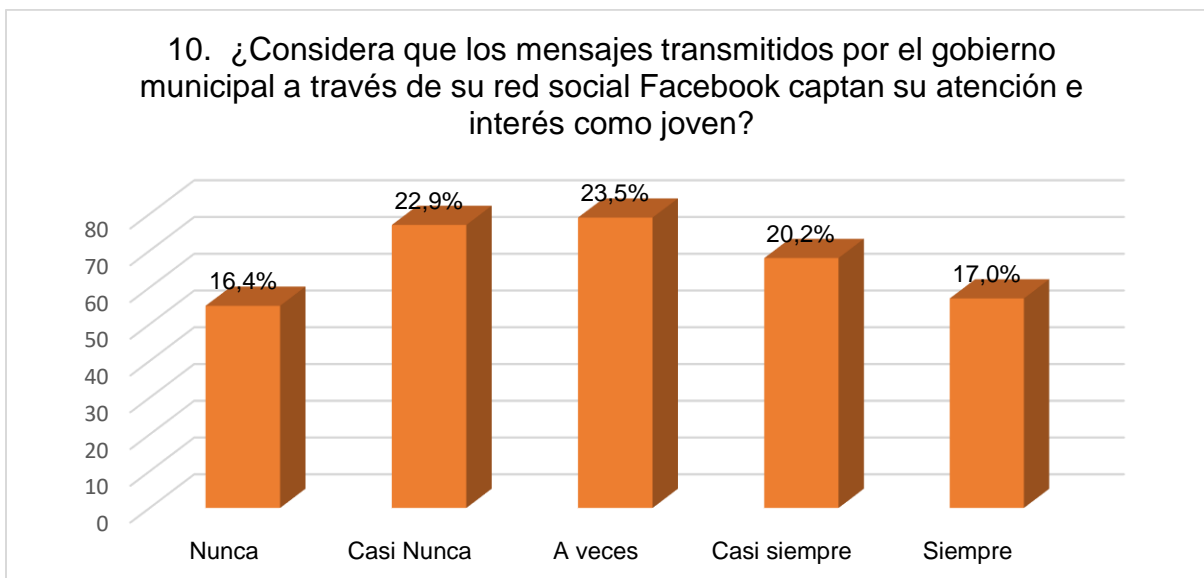
Interpretación: Los resultados del cuadro de la pregunta 8 muestran que el 22,6% de los jóvenes encuestados señalan que A veces son confiables los mensajes divulgados por la municipalidad a través de su red social, mientras que 20,2% señalaron que Nunca, el 21,7% Casi siempre, el 17,9% Siempre y el 17,6% Casi nunca. Los resultados reflejan que la confianza de los mensajes divulgados es inestable.

Pregunta 9.



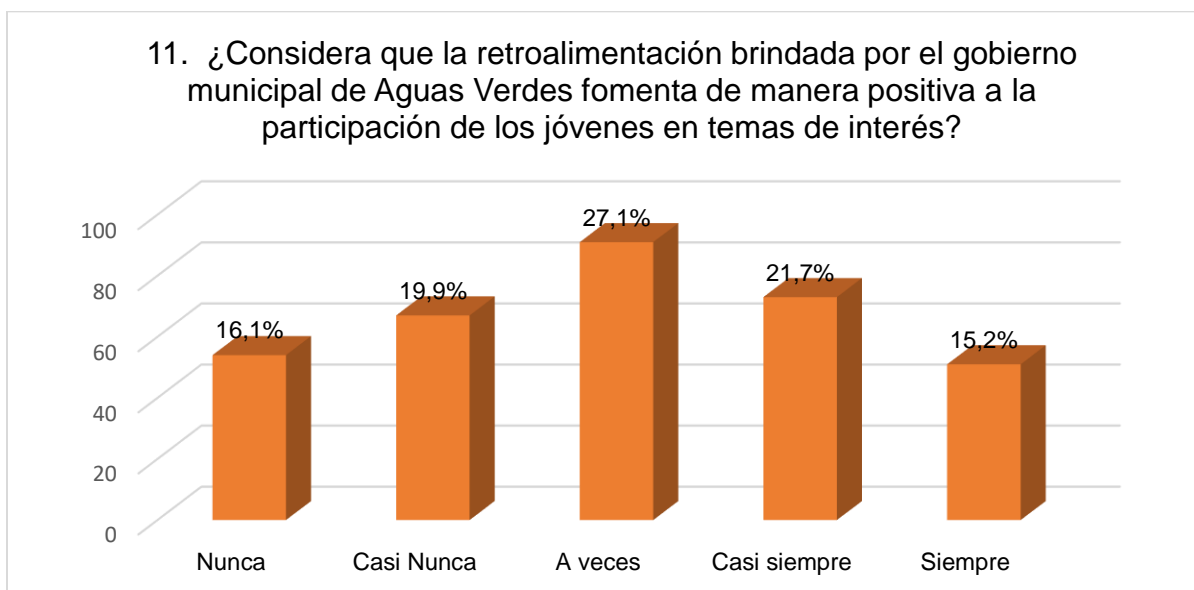
Interpretación: Los resultados del cuadro de la pregunta 9 muestran que el 22,9% de los jóvenes encuestados señalan que A veces es creíble el contenido político que circula en la red de la municipalidad, mientras que 20,8% señalo que Siempre, el 19,9% Casi siempre, el 18,5% Casi nunca y el 17,9% Nunca. Los resultados reflejan que la credibilidad del contenido es ocasional.

Pregunta 10.



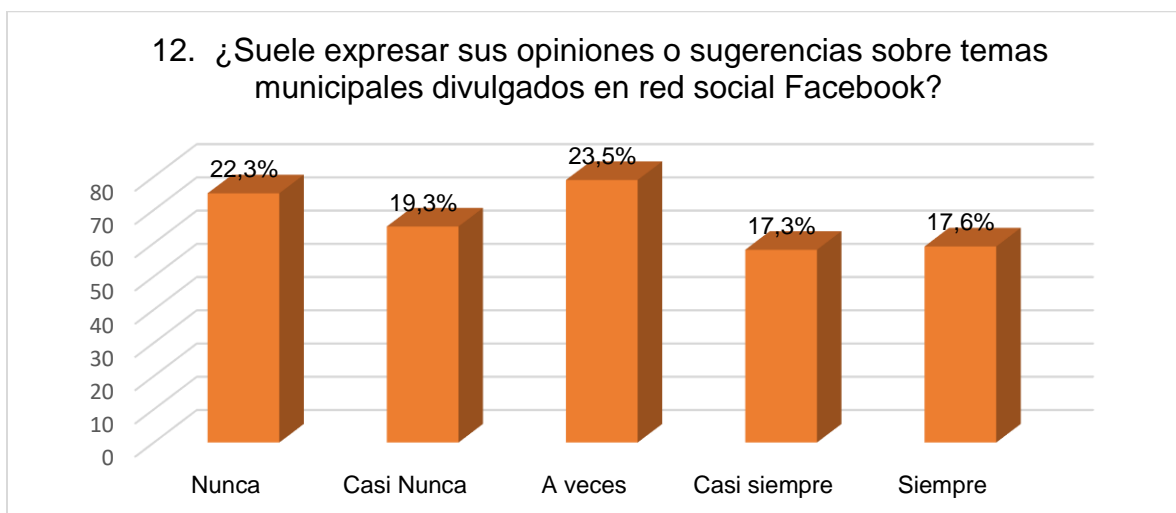
Interpretación: Los resultados obtenidos en la pregunta 10 muestran que el 23,5% de los jóvenes encuestados señalan que A veces los mensajes divulgados por la municipalidad a través de su red social captan su interés como joven, mientras que 22,9% señalo que Casi Nunca, el 20,2% Casi siempre, el 17% Siempre y el 16,4% Nunca. Los resultados manifiestan que los mensajes generan un nivel limitado de interés en los jóvenes.

Pregunta 11.



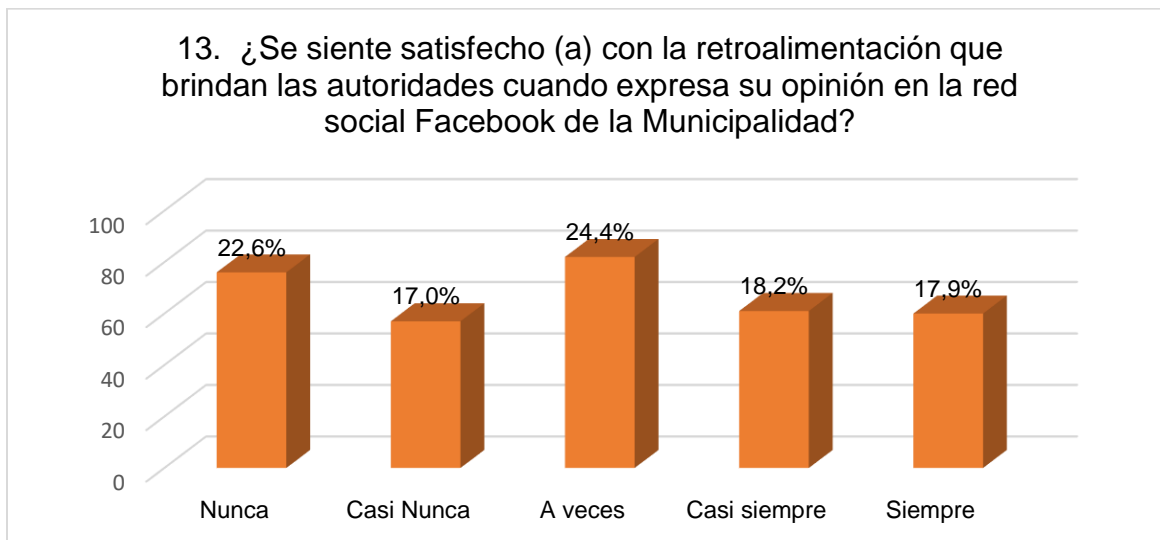
Interpretación: Los resultados obtenidos en la pregunta 11 muestran que el 27,1% de los jóvenes encuestados señalan que A veces la retroalimentación de la municipalidad fomenta de manera positiva a la participación de los jóvenes en temas de interés, mientras que 21,7% señalo que Casi siempre, el 19,9% Casi nunca, el 16,1% Nunca y el 15,2% Siempre. Los resultados demuestran que la retroalimentación municipal influye de manera limitada en la participación de los jóvenes.

Pregunta 12.



Interpretación: Los resultados generados en la pregunta 12 manifiestan que el 23,5% de los jóvenes encuestados señalan que A veces suelen expresar sus opiniones o sugerencias sobre temas municipales, mientras que 22,3% señalo que Nunca, el 19,3% Casi nunca, el 17,6% Siempre y el 17,6% Nunca. Los resultados evidencian una baja participación juvenil en la expresión de opiniones y sugerencias hacía la municipalidad.

Pregunta 13.



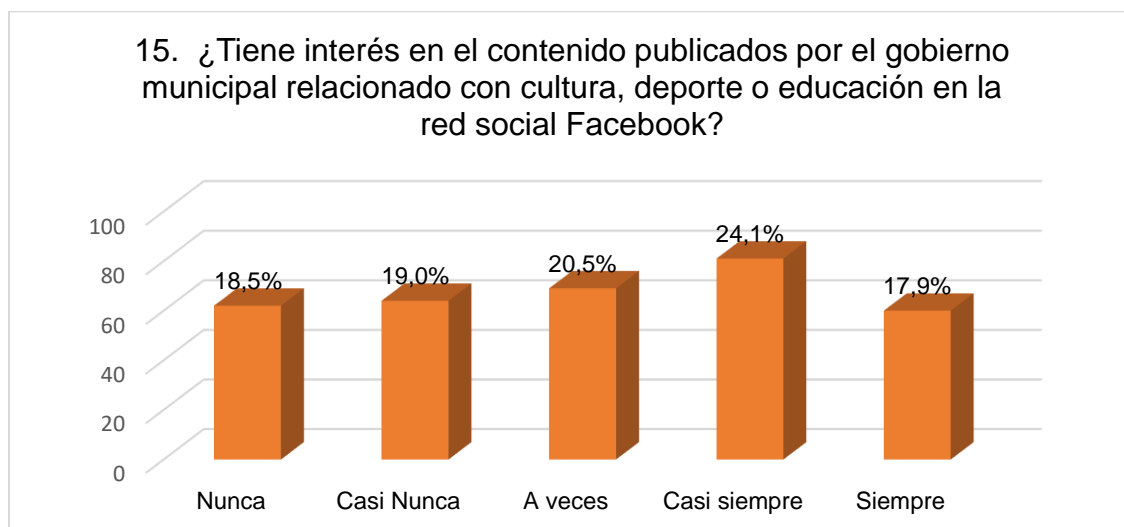
Interpretación: Los resultados generados en la pregunta 13 manifiestan que el 24,4% de los jóvenes encuestados señalan que A veces se sienten satisfechos con la retroalimentación que le brinda las autoridades cuando expresan su opinión en la red social de la municipalidad, un 22,6% señalo que Nunca, el 18,2% Casi nunca, el 17,9% Siempre y el 17% Casi nunca. Los resultados evidencian una baja satisfacción de parte de los jóvenes.

Pregunta 14.



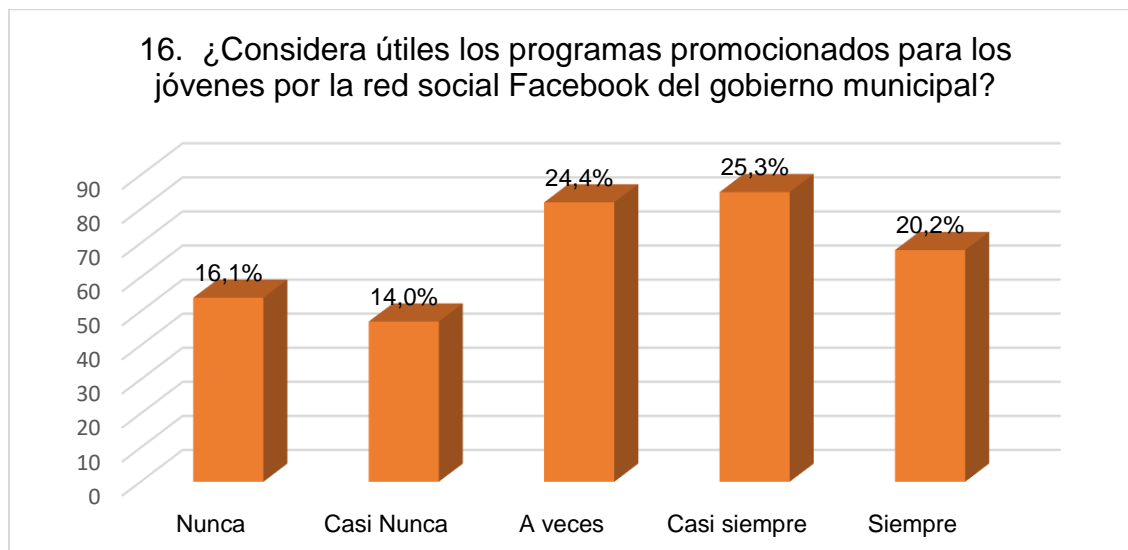
Interpretación: Los resultados generados en la pregunta 14 muestra que el 25,3% de los jóvenes encuestados señalan que A veces se sienten motivados a participar cuando se abordan temas de interés en la red social de la municipalidad, un 24,1% señalo que Casi Siempre, el 17% Casi nunca, el 17% Casi nunca y el 16,7% Siempre. Los resultados evidencian que la participación se condiciona al interés que generen los contenidos.

Pregunta 15.



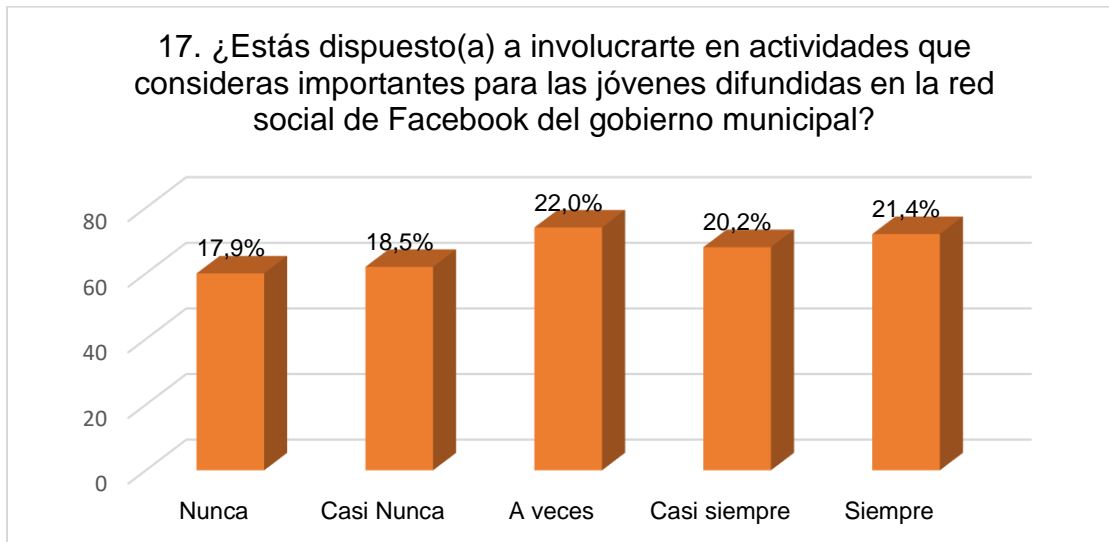
Interpretación: Los resultados obtenidos en la pregunta 15 muestra que el 24,1% de los jóvenes encuestados señalan que Casi siempre tienen interés en el contenido publicado relacionado a cultura deporte o educación por parte de la municipalidad, un 20,5% señalaron que A veces, el 19% Casi nunca, el 18,5% Nunca y el 17,9% Siempre. Los resultados evidencian el interés de los jóvenes por el contenido cultural, deportivo y educativo tiende de manera ligera hacia un interés frecuente.

Pregunta 16.



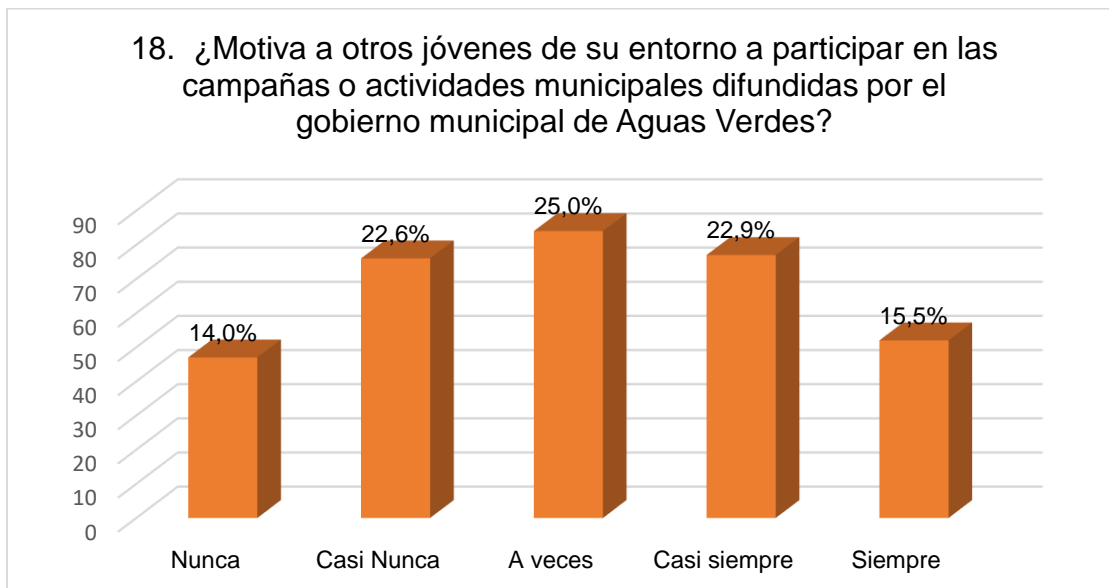
Interpretación: Los resultados obtenidos en la pregunta 16 muestra que el 25,3% de los jóvenes encuestados señalan que Casi siempre consideran útiles los programas promocionados para los jóvenes por la red social de la municipalidad, un 24,4% señalaron que A veces, el 20,2% Siempre, el 16,1% Nunca y el 14% Casi nunca. Los resultados evidencian que la mayoría de los jóvenes consideran que los programas promocionados son útiles.

Pregunta 17.



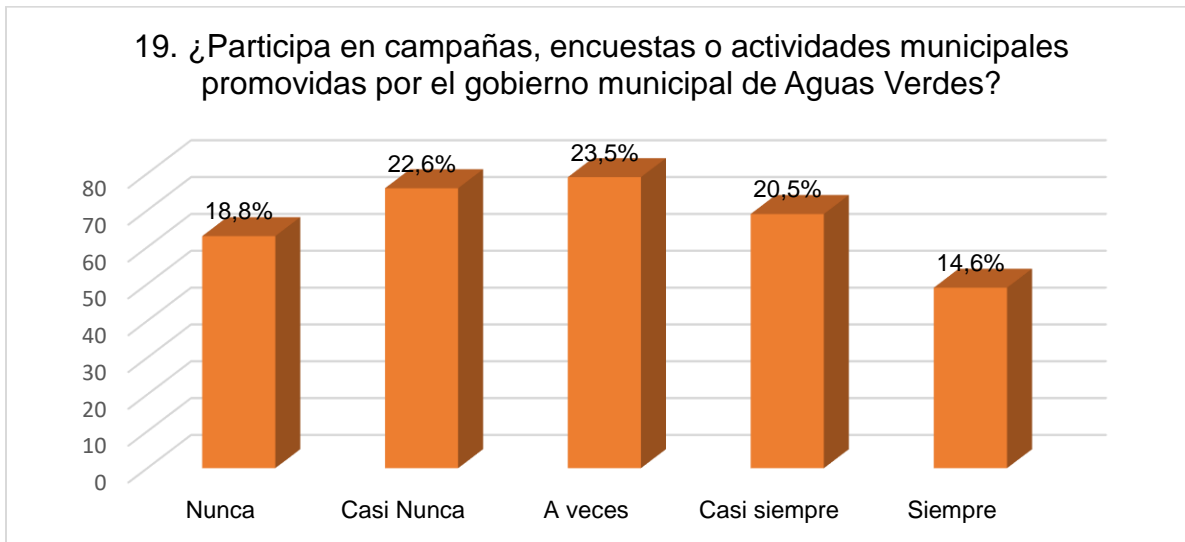
Interpretación: Los resultados obtenidos en la pregunta 17 muestra que el 22% de los jóvenes encuestados señalan que A veces están dispuestos a involucrarse en actividades que consideran importante para ellos, un 21,4% señalo que Siempre, el 21,2% Casi siempre, el 18,5% Casi nunca y el 17,9% Nunca. Los resultados evidencian que los jóvenes presentan una disposición variada al involucrarse en actividades municipales.

Pregunta 18.



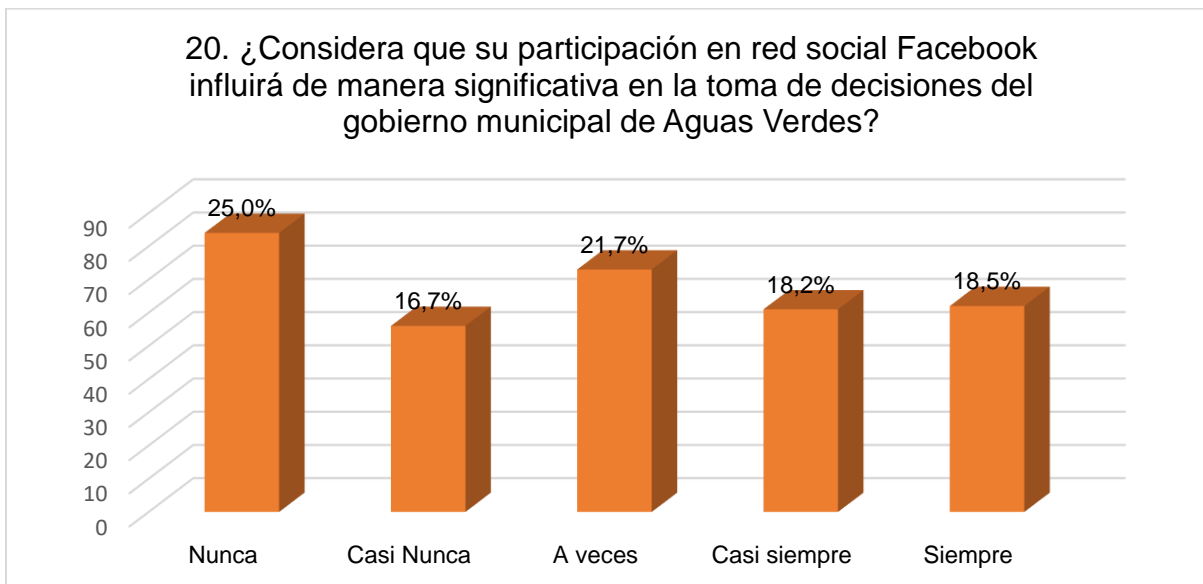
Interpretación: Los resultados obtenidos en la pregunta 18 muestra que el 25% de los jóvenes encuestados señalan que A veces motivan a otros jóvenes a participar en campañas o actividades municipales, un 22,9% señalo que Casi siempre, el 22,6% Casi nunca, el 15,5% Siempre y el 14% Nunca. Los resultados evidencian que la mayoría de los jóvenes motivan de manera ocasional a otros jóvenes a participar en actividades de la municipalidad.

Pregunta 19.



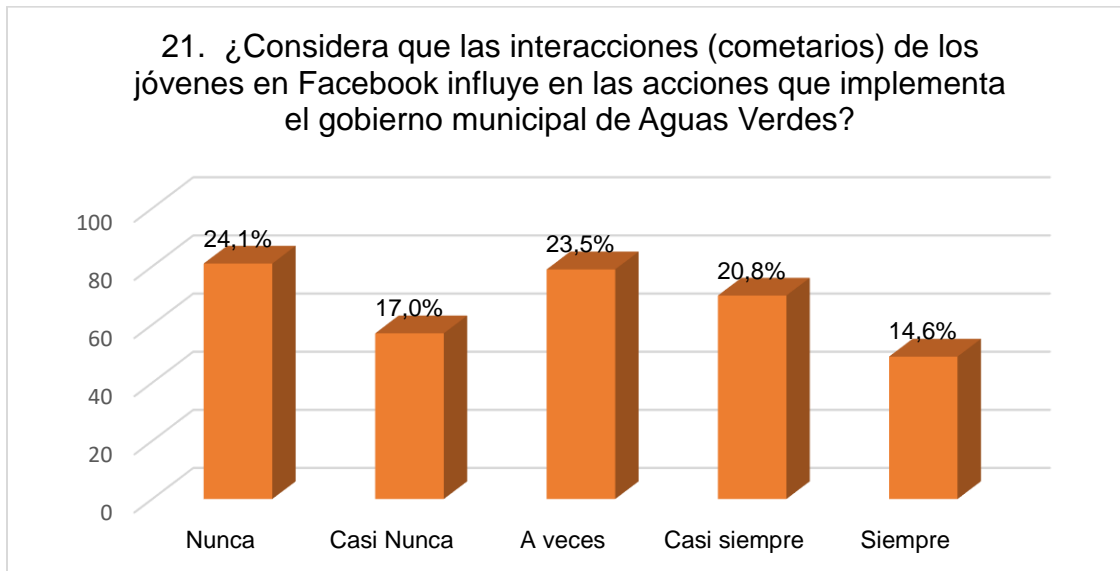
Interpretación: Los resultados obtenidos en la pregunta 19 muestra que el 23,5% de los jóvenes encuestados señalan que A veces participan en campañas, encuestas o actividades municipales, un 22,6% señalo que Casi nunca, el 20,5% Casi siempre, el 18,8% Nunca y el 14,6% Siempre. Los resultados evidencian una participación baja y ocasional por parte de los jóvenes en campañas, encuestas o actividades municipales.

Pregunta 20.



Interpretación: Los resultados obtenidos en la pregunta 20 muestra que el 25% de los jóvenes encuestados señalan que nunca consideran que su participación en la red social de la municipalidad influye de manera significativa en la toma de decisiones del gobierno municipal, un 21,7% señalo que A veces, el 18,5% Siempre, el 18,2% Casi siempre y el 16,7% Casi nunca. Los resultados evidencian que para la mayoría de los jóvenes su participación no tiene gran impacto en la toma de decisiones municipales.

Pregunta 21.



Interpretación: Los resultados obtenidos en la pregunta 21 muestra que el 24,1% de los jóvenes encuestados señalan que Nunca consideran que las interacciones de su parte en la red social influyen en las acciones que implementa el gobierno municipal, un 23,5% señalaron que A veces, el 20,8% Casi siempre, el 17% Casi nunca y el 14,6% Siempre. Los resultados evidencian que la mayoría de los jóvenes no considera que sus interacciones influyen en las acciones del gobierno municipal.