



Cajamarca – Perú 2022

FACULTAD DE COMUNICACIONES

Carrera de Comunicación y Periodismo

CAMPAÑA POLÍTICA DIGITAL - 2021 DEL EXCANDIDATO AL CONGRESO DE LA  
REPÚBLICA JUAN CARLOS DÍAZ SÁNCHEZ Y SU INFLUENCIA EN LOS SEGUIDORES DE SU  
PÁGINA DE FACEBOOK A TRAVÉS DE SUS PUBLICACIONES

Tesis para optar el título profesional de

**Licenciado en Comunicación y Periodismo**

**Autor:**

Moises Sangay Romero

**Asesor:**

Mg. Pepe Alexander Hidalgo  
Jiménez

## DEDICATORIA

En primer lugar, a Dios por darme la fortaleza y el soporte que he necesitado en todo este tiempo para desarrollarme como ser humano y profesional.

Luego, este gran esfuerzo va dirigido a mis padres que son el motor de mi vida y fuerza para seguir adelante, además del gran apoyo por parte de mis familiares y amigos, que a pesar de las dificultades creyeron en mí y en mis capacidades como profesional, dándome el aliento, la instrucción que necesito para alcanzar las metas trazadas.

Por último, va dedicado a todas las personas que apuestan por mí, me brindaron su tiempo, cariño, consideración, paciencia, consejos, ayuda y nunca me abandonaron en esta larga trayectoria de educación y aprendizaje.

No podía faltar hacer mención honrosa a un gran primo que está allá en el cielo, junto a Dios, dándome las fuerzas para seguir este corto camino, para ti Abelito.

## AGRADECIMIENTO

A DIOS por haberme brindado las fuerzas necesarias y la sabiduría para poder emprender este largo camino que fue difícil, pero no imposible.

A mis Padres Hilda y Concepción, por inculcarme los valores necesarios para mi formación como persona, varón y profesional, porque son el motivo de mi vida, gracias por sus sabios consejos y su amor infinito.

A mis hermanos Aarón y Ana a quienes les estaré eternamente agradecido por su apoyo incondicional y por ser la razón de superación que me sirve como motivo para ser mejor cada día.

Finalmente, a mis amigos de la Iglesia Evangélica La Merced en el caserío La Colpa, con quienes compartiré este gran logro y quienes fueron una pieza clave para seguir luchando durante mi carrera.

Con mucho amor Moises

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>2</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>3</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>5</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>	<b>6</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>7</b>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>8</b>
<b>CAPÍTULO II. MÉTODO.....</b>	<b>29</b>
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS.....</b>	<b>34</b>
<b>CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....</b>	<b>95</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>100</b>
<b>ANÉXOS.....</b>	<b>105</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Matriz de operacionalización de variables</i> .....	30
<i>Tabla 2 Facebook fue una buena fuente para informarme sobre el candidato al congreso Juan Carlos Díaz</i> .....	67
<i>Tabla 3 2. Fue relevante la información que hizo el candidato al congreso Juan Carlos Díaz a través de Facebook.</i> .....	68
<i>Tabla 4 Me sentí identificado con los contenidos difundidos por el excandidato Juan Carlos Díaz</i> .....	69
<i>Tabla 5 Las publicaciones de Facebook de este excandidato generaron en mí interacción</i> .....	70
<i>Tabla 6 Considero útil todo el contenido de Facebook durante la campaña política del 2021</i> .....	71
<i>Tabla 7 Aún recuerdo el símbolo o la marca política del partido político del candidato al congreso de Juan Carlos Díaz Sánchez.</i> .....	72
<i>Tabla 8 Reaccionaba de manera positiva al contenido del excandidato político Juan Carlos Díaz</i> .....	73
<i>Tabla 9 Considero que este candidato político hizo una buena campaña electoral en Facebook</i> ...	74
<i>Tabla 10 El candidato interactuaba con los usuarios mediante la página de Facebook</i> .....	75
<i>Tabla 11 Los contenidos fueron elaborados pensando el público elector</i> .....	76
<i>Tabla 12 Me resultó fácil entender sus contenidos gráficos (fotos, flyers, afiches, imágenes)</i> ...	77
<i>Tabla 13 Me resultó fácil entender sus contenidos audiovisuales (gifs – videos)</i> .....	78
<i>Tabla 14 El candidato Juan Carlos Díaz Sánchez publicaba información constante durante la campaña política del 2021</i> .....	79
<i>Tabla 15 Tuvo influencia en mi voto las publicaciones en Facebook del candidato al congreso Juan Carlos Díaz Sánchez.</i> .....	80
<i>Tabla 16 Los contenidos publicados por Juan Carlos Díaz se diferenciaron de otros candidatos políticos</i> .....	81
<i>Tabla 17 Juan Carlos Díaz Sánchez sigue difundiendo información política por su página de Facebook.</i> .....	82
<i>Tabla 18 Facebook es útil para informarte sobre política.</i> .....	83
<i>Tabla 19 Debería mejorar sus estrategias y contenidos digitales en Facebook el excandidato al congreso Juan Carlos Díaz pensando en elecciones futuras.</i> .....	84
<i>Tabla 20 Resultó fácil identificarlo en las urnas de votación a este candidato político gracias a la información difundida en su cuenta de Facebook.</i> .....	85
<i>Tabla 20 Fue necesario el uso Facebook para que Juan Carlos Díaz Sánchez realizara su campaña política en el 2021</i> .....	86
<i>Tabla 2121. Me sentí identificado con los contenidos difundidos por el excandidato Juan Carlos Díaz</i> .....	87

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura N° 1 Facebook fue una buena fuente para informarme sobre el candidato al congreso Juan Carlos Díaz.....</i>	<i>66</i>
<i>Figura N° 2 Fue relevante la información que hizo el candidato al congreso Juan Carlos Díaz a través de Facebook. ....</i>	<i>67</i>
<i>Figura N° 3 Me sentí identificado con los contenidos difundidos por el excandidato Juan Carlos Díaz .....</i>	<i>68</i>
<i>Figura N° 4 Las publicaciones de Facebook de este excandidato generaron en mí interacción .....</i>	<i>69</i>
<i>Figura N° 5 Considero útil todo el contenido de Facebook durante la campaña política del 2021</i>	<i>70</i>
<i>Figura N° 6 Aún recuerdo el símbolo o la marca política del partido político del candidato al congreso de Juan Carlos Díaz Sánchez. ....</i>	<i>71</i>
<i>Figura N° 7 Reaccionaba de manera positiva al contenido del excandidato político Juan Carlos Díaz .....</i>	<i>72</i>
<i>Figura N° 8 Considero que este candidato político hizo una buena campaña electoral en Facebook .....</i>	<i>73</i>
<i>Figura N° 9 El candidato interactuaba con los usuarios mediante la página de Facebook .....</i>	<i>74</i>
<i>Figura N°10 Los contenidos fueron elaborados pensando el público elector .....</i>	<i>75</i>
<i>Figura N°11 Me resultó fácil entender sus contenidos gráficos (fotos, flyers, afiches, imágenes).....</i>	<i>76</i>
<i>Figura N° 12 Me resultó fácil entender sus contenidos audiovisuales (gifs – videos) .....</i>	<i>77</i>
<i>Figura N° 13 El candidato Juan Carlos Díaz Sánchez publicaba información constante durante la campaña política del 2021 .....</i>	<i>78</i>
<i>Figura N° 14 Tuvo influencia en mi voto las publicaciones en Facebook del candidato al congreso Juan Carlos Díaz Sánchez.....</i>	<i>79</i>
<i>Figura N° 15 Los contenidos publicados por Juan Carlos Díaz se diferenciaron de otros candidatos políticos .....</i>	<i>80</i>
<i>Figura N° 16 Juan Carlos Díaz Sánchez sigue difundiendo información política por su página de Facebook. ....</i>	<i>81</i>
<i>Figura N° 17 Facebook es útil para informarte sobre política. ....</i>	<i>82</i>
<i>Figura N° 18 Debería mejorar sus estrategias y contenidos digitales en Facebook el excandidato al congreso Juan Carlos Díaz pensando en elecciones futuras. ....</i>	<i>83</i>
<i>Figura N° 19 Resultó fácil identificarlo en las urnas de votación a este candidato político gracias a la información difundida en su cuenta de Facebook. ....</i>	<i>84</i>
<i>Figura N° 20 Fue necesario el uso Facebook para que Juan Carlos Díaz Sánchez realizara su campaña política en el 2021 .....</i>	<i>85</i>
<i>Figura N° 21. Me sentí identificado con los contenidos difundidos por el excandidato .....</i>	<i>86</i>
<i>Figura N° 22 Interpretación final de los resultados de la encuesta.....</i>	<i>87</i>

## RESUMEN

En plena era de la digitalización, resulta difícil que las marcas comerciales, candidatos políticos, figuras públicas etc, no estén presentes por lo menos en una red social de internet; este fenómeno que permite posicionarse mejor en las mentes de los diferentes públicos es tendencia en el mundo; el fácil acceso a internet y la flexibilidad de navegar por ella son bien aprovechados por quienes están a la vanguardia de la innovación.

He ahí la necesidad de comunicar bien al entorno, con mensajes bien contruidos, porque de ello dependerá la buena aceptación de un producto o servicio. En la actualidad por ejemplo no debe haber espacio para la improvisación de contenido político en internet, pues la dura competencia en la virtualidad puede ser letalmente dañina.

En tal sentido, el objetivo de esta investigación, es identificar el nivel de influencia que tuvieron las publicaciones de su página de Facebook en los seguidores del excandidato al Congreso de la República Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña electoral 2021 en la región Cajamarca. En cuanto a su metodología tuvo un enfoque mixto de tipo básica con nivel descriptivo correlacional, diseño no experimental y de corte transversal.

La población total de la investigación fue de 11 200 seguidores y la muestra 367 de ellos, asimismo se usaron las técnicas, dos guías de entrevistas, una ficha de observación y una encuesta en la escala de Likert, procesando los datos en SPSS

**Palabras clave:** Publicaciones en página de Facebook, campaña electoral, digitalización, improvisación.

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

Uno de los temas que ha mostrado mucho avance con el desarrollo de la tecnología en los últimos años es la comunicación política, una disciplina de la ciencia política y de la comunicación que se ocupa de la producción y la difusión de información a través de los medios digitales durante una coyuntura electoral. La comunicación política tiene presencia en internet muy a menudo, sobre todo en campañas electorales a nivel mundial.

Internet es uno de los pilares fundamentales para la comunicación entre los seres humanos, su inmediatez y su largo alcance han hecho que más personas en el mundo se conecten día a día. Dentro de esta red encontramos a múltiples plataformas que ayudan a la comunicación y que mejor se ajustan a la necesidad de cada uno (político/ institución / negocio / marca, etc.) El contenido multimedia ha hecho que este medio logre posicionar y dar triunfos a muchos candidatos con aspiraciones de gobernar un país, región, provincia o distrito.

En el Perú, una de las redes sociales más usadas dentro de internet es Facebook, los políticos han apostado por este medio para lanzar sus mensajes a sus posibles electores durante los cuatro últimos períodos (2006-2011) (2011-2016) (2016-2021) (2021-2026), mensajes bien contruidos han llegado a convencer a los electores y estos puedan elegir a quien mejor se presente en este medio, respondiendo sus preguntas, aclarando dudas y sobre todo tratando bien al usuario de internet en sus publicaciones.

La facilidad y la masificación del uso de Facebook han hecho que los candidatos al Congreso de la República también empiecen a usar este medio para ganarse el voto de los electores en distintas zonas del Perú; un claro ejemplo en la provincia y región Cajamarca fue el excandidato al Congreso de la República Juan Carlos Díaz Sánchez del Partido Político Somos Perú quien participó en el período electoral del 2021 ; este candidato logró tener un buen número de seguidores en Facebook, siendo la mayoría de ellos jóvenes, sin embargo la



coyuntura del momento no permitió que lograra llegar al congreso peruano, a pesar de ser uno de los más votados en la región Cajamarca.

Juan Carlos Díaz logró posicionarse entre la comunidad electora, llegó a todos los sectores de la región cajamarquina, generó interacción entre sus seguidores de Facebook, creó contenido digital enfocado en su público, pero a la vez dejó con el deseo a miles de ciudadanos que anhelaron verlo en el parlamento peruano. (Elías, 2018)

Pese no haber llegado al parlamento, la presencia en la red le ha servido para seguir participando activamente y compartir publicaciones de interés político local, regional y nacional.

## **1.2 Formulación del problema**

¿Cuál es el nivel de influencia de la campaña política digital 2021 del excandidato al Congreso de la República Juan Carlos Díaz Sánchez en los seguidores de su página de Facebook a través de sus publicaciones?

## **1.3 Investigaciones Previas**

### **Antecedentes Internacionales**

Para entender mejor el tema tratado veamos los últimos estudios de investigación en el ámbito internacional con respecto a la Comunicación Política enfocado hacia los medios digitales, trabajos de expertos en el tema tocados desde diversas perspectivas.

López Paredes (2015) en su estudio denominado “Campañas Políticas a través de Redes Sociales” basado en encuestas en diversos medios de comunicación ecuatorianas y en un enfoque teórico, epistemológico y práctico comentó

que la campaña política de Barak Obama generó impacto a través de la relación y las conversaciones que se pudieron generar en redes sociales tanto de las personas cercanas como trabajadores y voluntarios como en los simpatizantes y votantes. López Paredes llegó además a la conclusión de que las redes sociales fueron un factor determinante para la elección del presidente de la república de Ecuador Rafael Correa Delgado.

La investigación en este campo también se ha reflejado en el país azteca en donde el investigador Espino - Sánchez, profesor investigador de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de Querétaro, pone énfasis entre los medios de comunicación y el gobierno mexicano.

Espino - Sánchez analizó las estrategias de campañas debido a la instauración de la democracia, luego de su trabajo en el análisis comparativo de las campañas políticas del año 2000 y 2006 llegó a la conclusión que las estrategias mediáticas fueron un factor más influyente en el 2006 debido a la ruptura de los pactos del gobierno con los medios de comunicación mexicana (Espino - Sánchez, 2007).

Un caso similar se presenta en España donde Luis Deltell docente de la Universidad Complutense de Madrid realizó un estudio cuantitativo sobre el impacto en las redes sociales de eQuo, un partido político ecologista creado en el 2011.

El impacto de eQuo se basó, principalmente, en su estrategia en las redes sociales, la metodología del trabajo se basó en un estudio cuantitativo y de seguimiento de los perfiles y usuarios creados por los líderes de los diversos partidos políticos y de las páginas oficiales de estas agrupaciones en Facebook, Twitter y YouTube. Lógicamente se prestó especial vigilancia a eQuo.

Además, el investigador consultó otras herramientas de cuentas y de seguimiento de Twitter, Facebook y YouTube. Especial importancia tuvieron Twittercounter y Google Analytics. También se consultó la página de seguimiento de políticos españoles en Twitter, polittweets.

El seguimiento de todos los datos se realizó desde las 00:01 del día 4 de noviembre del 2011 hasta las 23:59 del 18 de noviembre del 2011. Finalmente, el estudio demostró que en

las elecciones generales de noviembre de 2011 el uso de las redes sociales, la ciberplática y la red no son ni determinantes ni siquiera suficientes para obtener un buen resultado, sino se realizan junto una campaña tradicional (Deltell, 2011).

## **Antecedentes Nacionales**

En el contexto nacional y analizando las campañas políticas de las candidatas a la alcaldía de Lima la capital de Perú Lourdes Flores y Susana Villarán, María Pérez realizó un estudio cualitativo y cuantitativo de los mensajes emitidos en Facebook y Twitter por ambas candidatas en el 2010. La autora llegó a la conclusión de que las aspirantes al sillón municipal improvisaron sus mensajes políticos y no tuvieron una interacción con los usuarios, de este estudio se pudo concluir además que las redes incidieron parcialmente en el triunfo de Susana Villarán (Cárdenas, 2013).

Un caso similar presenta Noelia Bastidas en su investigación sobre las características que tiene la comunicación de los partidos políticos con la ciudadanía en la época no electoral. La autora analizó los canales y los mensajes transmitidos por tres partidos, Fuerza Popular, Patria Roja y el APRA.

Mediante su trabajo, la autora demostró que los partidos políticos no están logrando resultados debido a que, no prestan la atención suficiente a su comunicación y organización en época no electoral, exceptuando a Patria Roja, que, si bien sí se preocupa por esto, tiene otros desafíos; además, al igual que el APRA y Fuerza Popular, en menor medida, ejerce su comunicación de una manera que aún no se adapta a los nuevos procesos comunicativos.

La metodología de Noelia Bastidas fue de carácter cualitativo con un enfoque exploratorio, descriptivo y explicativo, que finalmente propone mediante la comunicación estratégica, cómo gestionar la comunicación podría contribuir a que los partidos políticos superen la situación que atraviesan hoy en día (Bastidas, 2016).

A nivel local en la región Cajamarca, aun no se han encontrado investigaciones relacionados al tema estudiado, por lo que investigador considera que este trabajo resulta importante para el aporte de la comunidad universitaria, políticos y la ciudadanía cajamarquina en general.

## **1.4. Bases Teóricas**

### **Comunicación**

En su libro *Comunicación e Información* J. Antonio Paoli describe a la comunicación de la siguiente manera “entiendo a la comunicación como el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado” (Paoli, 1983).

Similar a la definición anterior lo hace Carlos Fernández en su libro *Teorías de la Comunicación*, quien hace énfasis de la complejidad de la comunicación “la comunicación es continua y compleja y no puede ser arbitrariamente aislada. Resulta muy difícil identificar cuando empieza y cuando termina dicho proceso” (Fernández, 2009).

Una definición más compleja hace Grados Espinosa, quien en su libro *Procesos de la Comunicación* la define asegura que la comunicación, es una de las herramientas de trabajo más importantes de la vida actual, si no fuera por ella, el progreso estaría suspendido, pues ninguna idea es trascendente mientras no se comunica. La comunicación es la manifestación más importante de la personalidad del ser humano.

Así, hablar de comunicación es entender que los seres humanos somos diferentes, pensamos y actuamos de manera distinta; la misma situación para dos personas puede ser conceptualizada de diferentes formas, de ahí que siempre al analizar toda la información es importante considerar sus características, sólo de esta manera habrá una comunicación efectiva y el mensaje logrará entenderse.

### **Comunicación Digital**

La Comunicación Digital, es la actividad de compartir información mediante los canales digitales que tienen como soporte la red de internet, este se transmite de un punto a otro (Epitech, 2021)

La comunicación digital se ha hecho tan popular en nuestros días que muchos la confunden con la publicidad digital, sin embargo, el canal de Youtube, Grupo Dircom lo define así. “es el intercambio de información y conocimiento con el uso de las herramientas digitales y el desarrollo tecnológico, para comunicar el propósito, posicionamiento y acciones de una organización o marca con sus públicos objetivos” (Larrea, 2020)

Tomando en cuenta los aportes antes descritos, el investigador considera que la Comunicación Digital es una manera moderna de hacer llegar nuestras ideas a un público que está tras un aparato, ya sea una computadora, una tablet o un teléfono celular. Es este tipo de comunicación a la que los políticos buscan moldearla a sus distintas realidades para poder llegar con sus ideas aun determinado público con mayor fuerza en un periodo electoral. Este tipo actividad comunicativa va en tendencia con el avance del desarrollo de aplicativos móviles que permiten soportar los distintos contenidos para distintos públicos.

Así no se descarta que la comunicación digital siga cobrando fuerza en los próximos años de modo tal que sea mejor aprovechada e incluso se vuelva como un actor determinante en la vida de los humanos.

### **Comunicación Política**

Para entender mejor esta disciplina, veamos la definición de algunos expertos en la materia en la que presentan sus puntos de vista.

La Comunicación Política, es el conjunto de las ciencias sociales que está referido a un área constituida por la ciencia política y la sociología, tiene por objeto de estudio el papel de los medios de comunicación en el proceso político, en torno a ello se reconoce que existe una cierta actividad política en la comunicación y una cierta actividad comunicativa en la política (Berrocal, 2003, pág. 21).

Otra definición es presentada a través del reconocido portal español Asociación de Comunicación Política ACOP, uno de los especialistas en el tema define a la Comunicación Política como a cualquier comunicación que busca influir en un proceso político de toma de

decisiones para la consecución del interés general y/ o colectivo y los medios a través de las cuales se ha venido realizando han evolucionado a lo largo de la historia, desde las imágenes en las iglesias hasta la llegada de internet, pasando por la imprenta la radio y la televisión. (López, 2013).

Cada autor tiene un aporte distinto en el tema, lo que hace que sea más enriquecedor para esta investigación, y desde otra perspectiva, el reconocido portal web estadounidense Centro Político asegura que la Comunicación Política juega un papel importante al momento de planear la campaña, ya no consiste en una mera redacción o impresión de un mensaje o cartel, sino que ha de tener en cuenta todo el proceso complejo de marketing político: desde la investigación de mercado hasta la experimentación y la fijación de objetivos, y sobre todo tener en mente siempre al destinatario del mensaje, así el mensaje político tiene una marcada influencia en los electores y en la sociedad en general (centropolítico 2017).

Finalmente, se presenta a la Comunicación Política como el espacio en el que se intercambian discursos o ideas a veces contradictorios de tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos, (Ledesma, s.f.).

Tomando en cuenta estos conceptos podemos decir que la Comunicación Política siempre ha estado presente a lo largo de la historia de los humanos, aunque presentado de distintas maneras, con el pasar del tiempo la innovación tecnológica ha permitido digitalizarlo, lo que ha hecho que quienes se dediquen a la actividad política por ejemplo saquen provecho a las plataformas en internet para llegar a determinados públicos.

Tomando en cuenta el contexto es necesario, analizar de qué manera o con qué tipo de estrategias podemos llegar a determinados públicos.

El investigador considera que entre la Comunicación Digital y la Comunicación Política existe una estrecha relación en nuestros días, ya que las figuras políticas van sacándole el máximo provecho fiel a sus estilos.

## **Periodismo Político**

El periodismo político se configura como aquella práctica informativa que se ocupa de la actividad de los gobiernos, los partidos y las organizaciones políticas, las campañas políticas, las elecciones y todos aquellos acontecimientos que estén relacionados con la responsabilidad pública (Latina, 2012)

Partiendo de este concepto, el investigador considera que la actividad periodística siempre está presente en toda actividad política, esta toma varios elementos del periodismo digital como la inmediatez, la multimedialidad y la interactividad. Así de manera casi imperceptible los candidatos políticos, grupos políticos e instituciones públicas hacen labor periodística para dar a conocer su trabajo a la ciudadanía.

## **Campaña política electoral**

Las campañas políticas o electorales son esfuerzos competitivos hechos por los candidatos y los partidos políticos para ganar el apoyo de los electores en el periodo que precede a una elección. Los candidatos recurren a una diversidad de técnicas para atraer votantes, desde comparecencias en público y mítines hasta el uso de publicidad en los medios masivos de comunicación. (aec, s.f.)

Cada candidato busca sus propias técnicas o estrategias para llegar a sus públicos en un determinado tiempo y contexto, el investigador considera que los aspirantes a ocupar un cargo tras el voto popular deberían conformar un buen equipo de trabajo no solo para encaminar la campaña de manera tradicional, sino también la campaña en el espacio virtual. Así, las campañas electorales se convierten en una carrera no sólo de propuestas para solucionar las diversas problemáticas de la ciudadanía, sino de estrategias, técnicas, tácticas etc.

Las campañas electorales son consideradas como intensas carreras proselitistas que emprenden los candidatos que aspiran un cargo público, buscan el voto de la ciudadanía con el objetivo de afianzar el sustento de todo sistema democrático. (Zepeda, 2010)

## **Campaña Política Digital**

Gracias al uso de nuevas tecnologías en la información, el mensaje político que se emite dentro de la red puede llegar de forma masiva a un público cuya dimensión real se desconoce, esto porque en un dispositivo puede ser visto por dos o más personas y como tal no está delimitado a priori en donde se supone que es de grandes dimensiones (Cardoso, 2010)

Las campañas en las redes sociales son todas aquellas acciones que se llevan a cabo para alcanzar unos objetivos de marketing específicos mediante los canales sociales de la empresa. Existen dos grandes tipos de campañas en redes sociales: orgánicas y de pago (Zizer, 2022).

Aunque en años anteriores a la llegada de internet, las campañas electorales eran de forma tradicional, me refiero que sólo se acostumbraba a realizar pintas en paredes, regalar polos, gorros, calendarios o almanaques; sin embargo, el gigantesco avance de la comunicación digital ha permitido que las campañas políticas electorales se trasladen a diversas plataformas virtuales con el objetivo de hacer que sus mensajes sean de mayor alcance a sus posibles electores.

El investigador considera que el uso de las nuevas tecnologías de la información se usa masivamente en las campañas electorales, la facilidad y flexibilidad de las plataformas virtuales han hecho que se extienda cada vez más.

Se debe destacar aquí que la acción de trasladarse al espacio virtual no significa que la campaña tradicional se descarte, es clave acompañarla con una buena una campaña digital, considero que es una mezcla perfecta para encaminar una candidatura política.

Para entender el modo de cómo se encamina una campaña digital definamos algunos términos esenciales que refuerzan el trabajo de cada político durante una campaña electoral, esto para la creación de diversos contenidos que serán publicadas en plataformas virtuales, especialmente en Facebook.

## **Contenido audiovisual**



Se define el contenido audiovisual como cualquier producción que contenga una sucesión de imágenes y/o audio susceptible de ser emitida y transmitida (Aguilar, 2009)

Audiovisual es un adjetivo que hace referencia conjuntamente al oído y a la vista. El contenido audiovisual, por lo tanto, emplea ambos sentidos a la vez. Por otro lado, el término también puede emplearse como sustantivo (Gardey, 2022)

Tomando en cuenta estas dos definiciones, el investigador considera que la producción audiovisual resulta tan importante dentro de la Comunicación Digital, puesto que es la herramienta que pueda ayudar mucho para que el mensaje llegue a las masas. Para ello, el candidato y su equipo de trabajo se agenciarán de equipos de audio y video como cámaras, laptops, trípodes, micrófonos, grabadoras y software de edición.

Salta a la vista la presencia de un especialista en comunicaciones quien debe dirigir, proponer y encaminar la creación de contenidos audiovisuales.

Dentro del contenido audiovisual hay que tener en cuenta varios factores que contribuyen a que el producto del candidato pueda expresar su mensaje o sus ideas para sus seguidores; así, el investigador lo desglosa en los siguientes componentes:

**Mensaje:** El mensaje se compone de imágenes y sonido, tiene como objetivo llegar a los seguidores de una plataforma, se puede incluir imágenes, frases y texto, considero que esta sea la manera más completa para transmitir las ideas a un determinado público.

**Imagen:** Elemento de carácter importante dentro de la composición audiovisual, puesto que permite acompañar el mensaje con imágenes estáticas o dinámicas, de esta manera la composición audiovisual sea entendible a la audiencia.

**Tiempo:** Tomar en cuenta el tiempo del producto audiovisual es clave, más aún cuando se trata de un mensaje con enfoque político, en este caso prima la transmisión en directo, una modalidad que evita jugar con los tiempos y el espacio, haciendo que el material se aprecie de manera cronológica.

**Música:** El sonido o la música que acompaña al producto audiovisual es tan importante, ya que ayuda a reforzar el contenido, sin ello se sentiría un vacío y haría que el receptor no encontrase lo atractivo del material, el sonido va acorde al personaje, al contexto y al espacio.

**Texto:** Acompañar con texto a un producto audiovisual resulta importante para una mejor comprensión del mensaje en los receptores, en ocasiones es para poner en contexto y en otras para resaltar ideas o para acompañar a la voz cuando esta no se logra escuchar con claridad.

**Color:** Según la tonalidad, los colores se clasifican en dos grupos, a la vez producen de manera inconsciente sentimientos y sensaciones en el receptor.

**Colores cálidos:** Blanco, amarillo, naranja y rojo. Tienen un efecto estimulante en el receptor, son colores vitales, alegre y activos.

**Colores fríos:** Verde, azul, violeta, gris, negro. Los colores fríos producen una impresión de reposo y calma, pueden dar el efecto de poca intimidad y tristeza.

### **Diseño gráfico**

Es el arte de comunicar mensajes o ideas de manera visual. Este tipo de producción virtual cobra fuerza en las entidades públicas o privadas que necesitan vender más a través de la publicidad en su redes sociales o página web. (Lausetrec, 2020).

Profesión de crear y transmitir mensajes a través del contenido visual. Aplicando la jerarquía visual y técnicas de composición de páginas, los diseñadores utilizan tipografía e imágenes para satisfacer las necesidades específicas de los usuarios de sus productos. (Camacho, 2021).

Tomando en cuenta a estas dos fuentes, el autor considera que el diseño gráfico es una pieza visual dinámica y sencilla, pero muy importante que sirve para llevar un mensaje a determinados públicos y en un determinado contexto. Esta pieza visual debe ser entendible para los receptores, así el mensaje logrará su objetivo.

Al igual que el contenido audiovisual se compone de colores, texto e imagen; tomando en cuenta estos componentes y ubicándolos de manera ordenada, el contenido gráfico puede resultar atractivo para los receptores.

### **Post de Facebook**

El reconocido portal de redactores Vivilia lo define así, se podría decir que un post de Facebook es una publicación que se realiza en esta red social, con la cual se busca transmitir una idea o información con palabras, imágenes y/o videos, y se espera una respuesta de parte del público que la visualice (Vivilia, 2018)

En español se conoce como publicación. Son las notas o mensajes de texto que se publican en una web social (blog, Facebook, página web) y que pueden ir acompañados por una imagen, un vídeo, o cualquier tipo de enlace web. (Aleph, 2021).

Ambas plataformas coinciden en que el post es todo tipo de publicación que se hacen en las redes sociales, es este contenido digital la que los políticos han optado para estar siempre en sintonía con sus seguidores en las redes sociales, no obstante, las marcas, las instituciones o alguna figura pública también usan los posts virtuales.

### **Estrategias para campañas políticas digitales**

Es un puente que hay entre las políticas o los objetivos más altos y las tácticas o acciones concretas para llegar a la meta. (Roncancio, s.f.)

Las estrategias de campaña política son importantes para posicionar a un candidato o partido político en el mercado electoral. Sin embargo, a pesar de ello muy pocas agencias de marketing y jefes de campaña la saben implementar de manera correcta. (Esan, 2021)

En las campañas políticas, nada ocurre por casualidad, cual partida de ajedrez cada movimiento se basa en una estrategia. Cada una de las fases de la campaña política deberá ser una fase de la estrategia en general, pues una complementa a la otra, por lo tanto, todas deben mantenerse en perfecta armonía a pesar de las complicaciones que puedan presentarse (Cescompol, s.f.)

Como investigador, considero que los tres conceptos presentados por estas importantes plataformas coinciden en que toda campaña política se rige a una planificación, pues esto con el objetivo de que el candidato pueda posicionarse en un contexto y en el mayor de los casos lograr salir electo.

Desde mi aporte personal puedo afirmar que, la improvisación no tiene la menor cabida en una campaña electoral, para ello los estrategas o el equipo que acompaña al candidato político deben considerar o cumplir las estrategias planteadas, esto no debe quedarse solo en documentos, sino en la práctica o el campo de juego.

Resulta importante la buena comunicaciones ente el equipo de campaña y el candidato político, de lo contrario no se podría cumplir son los objetivos trazados y la candidatura no podría encaminarse.

### **Seguidores de una página de Facebook**

La cantidad de seguidores indica el número de personas que pueden ver las actualizaciones y las publicaciones de una página en Facebook. Cuando los usuarios de la internet indican que les gusta una página, comienzan a seguirte automáticamente, lo que les permite ver tus publicaciones en el feed. (Business, s.f.)

Mientras que nuestros “amigos” son personas que tenemos en nuestra lista de contactos tras haber recibido una solicitud de amistad, los “seguidores” son personas que ven nuestras publicaciones porque consideran que nuestro contenido es interesante, indistintamente de que tengamos o no una página de Facebook (Easypromosblog, 2021)

Dentro de este punto, el investigador considera que los seguidores de Facebook son usuarios no necesariamente reales, vale decir que también pueden existir cuentas falsas creadas con el objetivo de comentar algo a favor o en contra de cierta organización, grupo o candidato político; bajo esta premisa, no todo los “usuarios” que están en las plataformas virtuales pueden catalogarse como cuentas reales.

Asimismo, para este punto se ha dividido en dos dimensiones con el propósito de poder comprender de cuánto los seguidores de una página de Facebook influyen en cualquier tipo de publicaciones en esta red social.

### **Interacción en Facebook**

Son el número total de acciones que las personas realizan en relación con los contenidos en Facebook. La interacción es un indicador de que las publicaciones de una página de Facebook son relevantes para el público objetivo, esto ayuda a tener un mejor rendimiento, así la interacción se puede medir y comparar frente a otros anuncios o campañas.

(Meta for Business, 2021)

Dentro de la red social de Facebook hay 7 maneras de interactuar con alguna publicación, esto depende de cada usuario de cómo considera responder al contenido publicado, los detalles los desarrollaremos más adelante.

### **Identificación con páginas de Facebook**

Otra de las dimensiones para llegar y mantenerse en la mente de los usuarios en las redes sociales, es la identificación, en este caso con páginas de Facebook. Los partidos o candidatos necesitan entender el mundo de la era digital, si no, van a desaparecer. No porque estén obligados a usar redes digitales o porque el mercadeo digital sea importante, sino porque el contexto los obliga a relacionarse, a oír, a conectarse y co-construir con sus audiencias de forma competitiva. De lo contrario, los nuevos competidores desplazarán a los políticos tradicionales, asumiendo campañas menos costosas y más efectivas. Así, el objetivo es que los seguidores en las redes sociales se identifiquen con un candidato político.

(Adenauer, 2019)

Desde el aporte del investigador considera que los usuarios en las redes sociales se identifican con un candidato político cuando éste se sintoniza constantemente a través de sus publicaciones, generando así una comunicación fluida sobre todo en época electoral, porque es ahí donde el electorado tiene interés en conocer el trabajo del político.

La constante comunicación entre un candidato político y su audiencia de las redes sociales hace sentir a los usuarios que son considerados, mejor aun cuando se le responde sus consultas o dudas.

Para el presente trabajo, el investigador considera necesario dividir en 4 bloques a lo que considera que son 4 elementos que intervienen en la fase en que los usuarios se identifican con una figura política en Facebook.

**Comentarios en Facebook:** Los comentarios son una de las mejores formas de participación para cualquier empresa porque indican que tu seguidor se ha tomado el tiempo de pensar y escribir una respuesta a tu contenido. Esta es una forma de participación mucho más activa que hacer clic en el botón "Me gusta". (Sproutsocial, s.f.)

El plugin de comentarios permite que las personas hagan comentarios en el contenido de tu sitio con sus cuentas de Facebook. Las personas pueden optar por compartir sus comentarios con amigos (y amigos de sus amigos) también en Facebook. El plugin de comentarios también incluye herramientas de moderación integradas. (Developers, 2021)

Considero que el plugin de comentarios es clave para la interacción, incluso mejor que los tipos de reacciones, pues de esta manera los usuarios pueden expresar textualmente sus ideas, dudas o consultas a quien publica el contenido.

**Reacciones en Facebook:** Los botones de reacciones de un anuncio permiten a las personas compartir diferentes reacciones sobre el contenido: Me gusta, Me encanta, Me importa, Me divierte, Me asombra, Me entristece o Me enoja (Business, s.f.)

Tomando en cuenta este concepto, el investigador considera que estas opciones en las redes sociales juegan un papel importante, puesto que permite al administrador de una determinada plataforma entender cuál es la importancia de cada publicación hecha, ya sea de carácter de negocios, político, deportivo, noticioso, etc.

Sin embargo, existen diferentes maneras de reaccionar a las publicaciones en las redes sociales, para el caso de Facebook, este cuenta con 7 tipos de reacciones y el portal web Latamaclick lo divide así:

**Me encanta:** Es la primera de todas las emociones que se expresa en la nueva función de Facebook. Tiene una forma de corazón.

**Me divierte:** La red social ha decidido poner a prueba su icono de la risa. Con ello ya no tendrás que escribir una carcajada en la red social, sino expresarla con un emoji.

**Me alegra:** Si una publicación de la red social te causó ternura, y sacó una sonrisa, debes calificarlo con este símbolo o emoji.

**Me asombra:** Si te impacto, el emoji con la boca abierta es el que debe estar presente dentro de tus reacciones de Facebook.

**Me entristece:** Te causó pena una noticia. Pues es tiempo de poder utilizar el emoji de la carita llorando para manifestar que te hizo llorar algo en Facebook.

**Me enoja:** Esta es la que representa fielmente al no me gusta. Pues con ello expresarás tu ira que te causó ciertos posts.

**Me importa:** Reacción relacionada con toda la información sobre el coronavirus Covid-19, que, a pesar de la distancia, siempre estamos juntos.

**(Latamclick, 2020)**

**Población o seguidores en Facebook** Según Facebook, esta plataforma es la preferida de los peruanos, siendo su audiencia el 99.8% de la población activa en redes sociales mayor de 13 años. Facebook abrió el 2021 con un aumento del 4% sumando a 1 millón de nuevos usuarios en su plataforma. Su público está conformado por 46,2% mujeres y 53,8% hombres. (Alvino, 2021)

**Mensajería en Facebook** Los mensajes en Facebook permiten comunicarte instantáneamente con las personas que te interesan mediante el chat de Facebook desde en una computadora. (Facebook, s.f.)

Tomando en cuenta este concepto, el investigador considera que este servicio de la red social Facebook es de mucha ayuda para la conversación entre los usuarios, pero adicional a eso también se pueden conectar con sus figuras públicas, mediante mensajes de texto, mensajes de voz, imágenes y videos.

Según el portal web sobre tecnología y comunicación Blog de Zendex asegura que el 32% de las empresas latinoamericanas utilizan un sistema de mensajería instantánea como parte de sus estrategias de comunicación.

A manera de experiencia personal, el tesista considera que poco a poco el servicio de mensajería está siendo poco utilizado en algunas empresas cajamarquinas, pues otra red social que se adapta mejor para este servicio es WhatsApp, otra red social del mismo Facebook, además no es estratégica, pues la falta de respuestas rápidas a las consultas de los seguidores es una muestra de ello.

### **Redes sociales**

Según la reconocida plataforma argentina escritoriosfamilias define a las redes sociales como “sitios de internet que permiten a las personas conectarse con sus amigos e incluso realizar nuevas amistades, de manera virtual, y compartir contenidos, interactuar, crear comunidades sobre intereses similares: trabajo, lecturas, juegos, amistad, relaciones amorosas, relaciones comerciales, etc.” (escritoriosfamilias, 2017)

Gracias a estas maravillosas herramientas, la comunicación se ha hecho más fácil entre los seres humanos y hay quienes lo han sacado más provecho para emprender algún proyecto de negocio, político, social entre otros.

### **Usos de las redes sociales**

Queda claro que las redes sociales nos unen, nos facilitan la comunicación, nos entretienen, nos informan etc. Sin embargo, todas tienen un mismo fin, contactarnos con otras personas y mejorar nuestro compromiso social, es decir, se quiere que nos escuchen cuando hablamos



y escuchar lo que dicen otros, la diferencia es que se usan redes sociales diferentes (Kerpen, 2012).

### **Facebook y sus usos**

No hay duda de que Facebook nos ha facilitado la comunicación desde su lanzamiento, esta red social permite a millones de personas en el mundo expresarse mediante fotografías, textos, audios, videos y emoticones.

Facebook es una red social pensada para conectar personas, es decir, compartir información, noticias y contenidos audiovisuales con amigos y familiares. Se trata de la plataforma social más grande y popular de todas las existentes en la actualidad (Facchin, s.f.). Facebook trabaja con tres elementos diferentes: perfiles individuales, grupos y páginas.

**Perfiles:** hace referencia a cada una de las personas que se registran en este servicio, cuando dos personas establecen una amistad a través de Facebook el sistema comparte sus datos, además los considera como amigos.

**Grupos:** cualquier persona puede crear un grupo, o unirse a uno ya existente, relacionado con cualquier tema de interés. Los grupos pueden ser públicos o privados.

**Páginas:** a las páginas también se les conoce como páginas de seguidores o páginas de empresas. Son la representación oficial y la voz de muchas empresas, marcas comerciales, gobiernos, gente famosa y otras figuras de carácter público (Kerpen, 2012, pág. 151).

### **Marketing político y Redes Sociales**

Con la creación de las redes sociales, la Comunicación Política ha encontrado un escenario más para calar en la mente de los electores, la multimedia ha hecho que miles de candidatos en el mundo no solo se preocupen por la campaña tradicional, sino también por hacerlos en el ciberespacio.

Las redes sociales son muy buenas para movilizar al electorado duro, generando motivación, brindando líneas argumentales, despertando emociones y organizando. La clave de los

mensajes estará siempre en lo emocional porque esa es la base fundamental de la toma de decisiones. (Eskibel, 2014).

### **Influencia de las redes sociales en las elecciones políticas**

No hay duda de que hoy las elecciones políticas son una lucha no solo de hacer escuchar a la población las mejores propuestas, sino una lucha de estrategias, planes y metas en la virtualidad; los candidatos políticos no solo deben pensar en cómo moverse en el espacio tradicional, también deben adaptarse a la virtualidad y conquistar a sus electores, pues entre ellos en su mayoría hay jóvenes poco interesados en política, pero que son un público determinante para llegar con producción política digital.

Está claro que no todo lo que se dice en las redes sociales debe ser creíble, los candidatos políticos saben que se enfrentarán a una infinidad de información que muchas veces afecta a su imagen política. (Sociedad, 2017)

La influencia que tienen las redes sociales en las elecciones políticas se debe básicamente a 5 factores determinantes que permiten sacarle provecho. En primer lugar, permiten la participación directa del público en cada publicación hecha, ello se refleja en los comentarios, reacciones e incluso compartidas que se pueden hacer.

En segundo lugar, las redes sociales influyen porque permite una comunicación bidireccional, ósea la participación de nuevas voces en la política que pueden ser tomadas en cuenta para elecciones futuras. El tercer punto que debo resaltar como autor de la investigación es el bajo presupuesto que se necesita para llegar a la audiencia, pero lo que se necesita es mucho conocimiento técnico para a producción digital.

En cuarto lugar, las redes sociales influyen en el electorado porque permite viralizar el contenido, sea bueno o malo; este facto es determinante, puesto que, el contenido digital en cuestión de segundo puede llegar a millones de usuarios de la internet.

Finalmente, las redes sociales permiten la alfabetización política, ya que, gracias a ello, miles de usuarios pueden informarse más sobre política, incluso si es un tema poco interesante en sus vidas.

Como investigador considero que una campaña política digital bien enfocada con los factores antes mencionados se encamina al éxito, siempre y cuando se trabaje de manera constante. (Esan C. , 2020)

## **1.4.Objetivos**

### **Objetivo General**

Determinar el nivel de influencia de las publicaciones de la página de Facebook del excandidato al Congreso de la República Juan Carlos Díaz Sánchez en los seguidores de esta red social durante el proceso electoral del 2021 en Cajamarca.

### **Objetivos Específicos**

- Describir las publicaciones de Facebook del excandidato al Congreso de la República Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021
- Describir las características de la interacción de los usuarios, respecto de las publicaciones de Facebook del excandidato al Congreso de la República Juan Carlos Díaz durante la campaña política del 2021.
- Identificar el nivel de recordación de la campaña política digital del excandidato al Congreso de la República Juan Carlos Díaz durante la campaña política del 2021

## **1.5.Hipótesis**

La campaña política digital del excandidato al Congreso de la República Juan Carlos Díaz Sánchez influyó en los seguidores de su página de Facebook a través de sus publicaciones durante el período electoral 2021.

## **1.7. Justificación**

En la presente investigación se propone como justificación teórica comprender el nivel de influencia de las publicaciones de la página de Facebook del excandidato al congreso de la

república Juan Carlos Díaz Sánchez en los electores de la región Cajamarca durante el periodo electoral del 2021, para así aportar y dar a conocer, desde una revisión teórica, el nivel de interacción y recordación que le dieron los electores. Asimismo, identificar si las publicaciones del excandidato cumplieron con ciertas características comunicacionales para influir en ciertas reacciones, tales como compartidas, likes, comentarios.

En cuanto a la justificación metodológica permitirá aportar, un análisis comunicacional, para la toma de decisiones antes de proponer alguna publicación de carácter político, por lo que, los especialistas en comunicaciones o periodismo reconocerán las propuestas y recomendaciones que buscan adaptarse al contexto que las redes sociales demandan para contribuir desde una publicación a mejorar e influenciar en electores jóvenes.

Para la justificación práctica se establece la importancia de la relación entre el nivel de las publicaciones y el nivel de influencia, de manera que estas obtengan mejores comentarios, mayor cantidad de likes, aumenten las reproducciones y se compartan varias veces.

Finalmente, en la justificación académica, la presente investigación busca a aportar al sector universitario, político y colectividad en general, sentando bases para futuras investigaciones en plataformas similares en un mundo tan cambiante con el pasar de los años.

## **CAPÍTULO II. MÉTODO**

### **2.1. Enfoque de la investigación:**

El enfoque por considerar en la investigación es mixto. Asimismo, se considera al enfoque metodológico como la primera decisión que se toma para iniciar el recojo de los datos, por lo que, los mismos deberán ser analizados, interpretados y triangulados (Monje, 2011).

### **2.1 . Tipo de investigación**

La presente investigación es Básica/ mixta/ transversal/ descriptiva no experimental. Debido a que durante el desarrollo de la investigación no se ha manipulado ninguna variable, solo se ha realizado una descripción de estas.

### **2.3. Nivel de investigación**

Se considera un nivel de investigación descriptivo correlacional porque se busca la relación entre ambas variables. Por ello, especificar las propiedades más importantes entre dos variables y conocer sus comportamientos permitirá medir y evaluar distintos aspectos, nuevas dimensiones y reconocer los componentes del fenómeno que se está investigando (Hernández et al., 2014).

#### 2.4. Diseño de investigación

La investigación no va a manipular las variables, por lo que, se considera un diseño no experimental. Para Hernández et al. (2014) este diseño se basa fundamentalmente en la observación y análisis de fenómenos en su contexto natural.

#### 2.5. Corte de la investigación

Su corte es transversal porque se analizarán los datos de ambas variables en un periodo de tiempo predefinido. Para Müggenburg y Pérez (2007) el corte transversal permite identificar y obtener características, rasgos, señales y datos en situaciones precisas.

#### 2.6. Operacionalización de variables

**Tabla N°1**

*Matriz de operacionalización de Variables*

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>Campaña Política Digital</b>	Las campañas en las redes sociales son todas aquellas acciones que se llevan a cabo para alcanzar unos objetivos de marketing específicos mediante los canales sociales de la empresa. Existen dos grandes tipos de campañas en redes sociales: orgánicas y de pago (Zizer, 2022)	La variable se medirá a través de una ficha de observación de las publicaciones de la página de Facebook del excandidato al congreso y mediante una entrevista al Creador de Contenidos Digitales de Campaña política del excandidato Juan Carlos Díaz Sánchez.	Contenido Audiovisual	Tipo
				Mensaje
				Imagen
			Diseño Grafico	Texto
				Color
				Tipografía
				Tamaño
			Post Publicados	Titular
				Texto
				Imágenes
Estrategia	Emocional			

<b>Influencia en el los seguidores de Facebook</b>	Uno de los aspectos destacados en torno a la conducta de voto es su estabilidad temporal. Podemos observar que cuando una persona ha votado a un partido político, vuelve a votar al mismo partido en las próximas elecciones. Esta estabilidad suele mantenerse con independencia de la tendencia política del partido, el candidato y el tipo de elecciones. (Sanfeliciano, 2019)	La variable se medirá a través de una encuesta en la Escala de Likert a los seguidores y una entrevista excandidato al excandidato al congreso Juan Carlos Díaz Sánchez	Interacción	Informativo
				Comentario
				Reacciones
				Compartidas
				Comentarios
				Reacciones
			Identificación	Población
				Mensajería

*Fuente. Elaboración propia (2022)*

## 2.7. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

La población, materia de análisis, está compuesta por 11200 seguidores de la página de Facebook del excandidato al Congreso de la República Juan Carlos Díaz Sánchez. Esta cifra se tomó el 20 de enero del 2022. Sin embargo, la muestra fueron 367 de ellos, esto luego de aplicar la siguiente fórmula estadística para la población finita.

z = nivel de confianza	1,95
p = variabilidad positiva	0,5
q = variabilidad negativa (1-p)	0,5
N = tamaño de la población	11200
e = error máximo permitido	0,05
n = tamaño de la muestra	367,7958416996
<b>n=</b>	<b>367,7958416996</b>

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 \cdot (N-1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

## 2.8. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

Técnicas	Instrumentos
Observación	Guía de observación
Entrevista	Dos Guías de entrevista – cuestionario no estructurado
Encuesta	Escala de Likert

Hernández, et al. (2017) señalan que cada técnica tiene un instrumento y esta se debe utilizar para el recojo de datos que luego servirán para el respectivo análisis.

**La Guía de Observación** según Arias (2018) es un instrumento que permite observar más allá de lo que normalmente los demás pueden ver, así una guía de observación puede resultar muy ventajosa, pues no intervienen los objetos de estudio, sino el evaluador o investigador.

**La entrevista**, es instrumento en la que el investigador obtiene información oral y personalizada. La Información obtenida se registrará en torno a los acontecimientos vividos como: creencias, actitudes opiniones o valores respecto al tema estudiado. Alonso, L. (1994).

**La Encuesta**, Un documento donde se encuentran preguntas que han sido elaboradas acorde a los indicadores de la investigación y que permitirán dar respuesta a los objetivos de la investigación (Cauas, 2015).

El cuestionario tendrá una valoración de tipo Likert y presentará 21 preguntas con alternativas en la siguiente escala:

Muy de acuerdo ( )

Algo de acuerdo ( )

Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( )

Algo en desacuerdo ( )

Muy en desacuerdo ( )

## 2.9 Procedimiento de recolección de datos

Para realizar esta investigación, en primer lugar, se revisaron las publicaciones de la página de Facebook del excandidato político Juan Carlos Díaz Sánchez, cuyo nombre de la cuenta oficial se encuentra como *Juan Carlos Díaz al Congreso* desde el 1 de febrero al 9 de abril del 2021, luego se ubicó al excandidato Juan Carlos Díaz Sánchez para dialogar sobre el por qué utilizó este medio para llegar a sus electores en la región Cajamarca.

Posteriormente, se diseñaron cuatro instrumentos para la recolección de datos, una ficha de observación para describir las publicaciones en Facebook, dos guías de preguntas con 17 interrogantes, 7 para el excandidato y 10 para el creador de contenidos digitales de la campaña y una encuesta en la escala de Likert con 21 preguntas que se aplicó a la muestra de 367 seguidores. Todos estos instrumentos fueron validados por diferentes expertos, especialistas en temas de Comunicación.

**La guía de observación** fue aplicada por el tesista para analizar detalladamente las publicaciones del candidato congresal Juan Carlos Díaz Sánchez desde el 1 de febrero al 9 de abril del 2021.

Aquí el tesista tomó 5 publicaciones con mayor interacción para cada dimensión (Contenido Audiovisual, Diseño Gráfico, Estrategias, Posts, interacción e identificación).

**La encuesta** se aplicó a 367 seguidores de la página de Facebook del excandidato al congreso Juan Carlos Díaz, luego de tomar en cuenta el resultado de la operación estadística.

El cuestionario se digitalizó en un formulario de Google Drive de Gmail para reenviar el link a los 367 seguidores quienes son parte de esta muestra. Asimismo, se fueron recibiendo las respuestas en un plazo determinado para luego registrarla en un Excel antes de ser analizadas mediante el programa SPSS en tablas y gráficos.

Finalmente, los resultados de la encuesta pasaron al Sistema de Producto de Estadística y Solución de Servicio SPSS, software que permitió realizar la captura y análisis de datos para crear tablas y gráficos con data compleja.



**La entrevista** este instrumento de investigación se aplicó al excandidato al congreso y al Creador de Contenidos Digitales del mencionado político. Fue de manera presencial y quedaron registradas en un producto audiovisual.

### **2.10. Aspectos éticos**

Este trabajo de investigación se realizó respetando todos los parámetros establecidos por la Universidad Privada del Norte, tales como el formato de tesis y las normas de APA. El tesista recopiló todos los datos necesarios para dar veracidad a la investigación.

Asimismo, se respetó la participación de las personas que apoyaron en la encuesta, protegiendo su identidad ante el excandidato al Congreso de la República, Juan Carlos Díaz Sánchez.

El tesista se comprometió además a no revelar los resultados a otros contrincantes políticos, esto como parte de un acuerdo entre el investigador y el excandidato. Asimismo, se hizo un acuerdo para que a futuro el investigador pueda ayudar comunicacionalmente en otra posible campaña política a Juan Carlos Díaz.

### **2.11. Limitaciones**

En la presente investigación el tesista considera que hablar de las limitaciones es importante para que, a futuro, otros investigadores puedan tomarlas en cuenta y hacer nuevos aportes.

El investigador logró identificar limitaciones de tipo estadístico o de datos, vale decir no se encontraron estudios previos hechos sobre el tema en Cajamarca, sin embargo, se tomó en cuenta los estudios realizados en el Perú por diversos investigadores.

Otra de las limitaciones fue el limitado tiempo del excandidato al Congreso de la República Juan Carlos Díaz Sánchez para realizar la entrevista, pero gracias a un acuerdo se pudo lograr y conversar con detenimiento sobre el tema.

Asimismo, tener la administración para acceder a la cuenta oficial del excandidato fue una de las limitantes, puesto que, Juan Carlos Díaz Sánchez condicionó a que se podían sacar

datos en su presencia, así se logró sacar información con respecto a los mensajes que enviaban sus seguidores con muestras de apoyo.

## **2.12. Implicancias**

Este trabajo de investigación, se ha centrado en trabajar sobre un objetivo general y tres específicos.

En relación al objetivo general que fue la determinación del nivel de influencia de las publicaciones de la página de Facebook del excandidato al Congreso de la República Juan Carlos Díaz Sánchez en los seguidores de esta red social durante el proceso electoral del 2021 en Cajamarca, sobre ello, el investigador considera que las publicaciones a través de la página del excandidato influyeron en los seguidores, esto porque se tomó en cuenta los parámetros comunicacionales al momento de elaborar los productos gráficos y audiovisuales.

Sin embargo, el tesista considera que dentro del equipo de campaña que acompañó al excandidato debió estar un profesional de las comunicaciones, esto con el objetivo de enriquecer aún más los productos para la red social como aspectos técnicos en iluminación y sonido para el caso de los productos audiovisuales.

Con respecto al primer objetivo específico, la descripción de las publicaciones de Facebook, se evidenció una alta interacción entre los seguidores del excandidato al Congreso de la República, esto se debe a la identificación que estos tenían con Juan Carlos Díaz (comprobado con la encuesta).

Sin embargo, el tesista considera que se debe tomar en cuenta en responder las consultas de los usuarios hechas mediante los comentarios, esto sin duda ayudará a mantener una mejor sintonía entre el político y sus seguidores.

No obstante, para el segundo objetivo específico que fue identificar el nivel de recordación de la campaña política digital, el tesista considera que los seguidores de dicho candidato aún

recuerdan su campaña política digital porque logró posicionarse, gracias al trabajo comunicacional planificado y pensado en todo público.

Sin embargo, el investigador considera que a pesar de que los seguidores recuerden el trabajo realizado en el proceso electoral 2021, si el candidato tiene pretensiones de volver a postular, la aceptación puede variar, tomando en cuenta que sería la tercera vez que Juan Carlos Díaz postularía, llegando en un contexto y público distintos.

Finalmente, para el tercer objetivo que fue describir las características de la interacción de los usuarios, respecto de las publicaciones de Facebook del excandidato al Congreso de la República, el tesista evidenció que en su mayoría la interacción fue positiva, tanto en reacciones como en comentarios, esto se complementa con lo afirmado en el segundo objetivo, ya que, al identificarse con el excandidato, los seguidores reaccionaron de manera positiva.

Sin embargo, bajo el punto de vista del investigador se considera que las reacciones positivas no significan que los seguidores hayan votado por Juan Carlos Díaz, por lo tanto, esta información debería tomarse en cuenta pensando en elecciones futuras.

### **CAPÍTULO III. RESULTADOS**


En este capítulo, el tesista aplicó cuatro instrumentos que permitieron llegar a los resultados de la investigación, una ficha de observación, una encuesta en la escala de Likert y dos guías de entrevistas con 17 preguntas para el excandidato a Congreso de la República y para el Creador de Contenidos Digitales.


#### **Fichas de observación**

Este formato de ficha de observación se aplicó a 30 publicaciones con más interacción de la página de Facebook del excandidato al Congreso de la República Juan Carlos Díaz Sánchez.

## FICHA DE OBSERVACIÓN – N° 1

Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021 – Fecha: 05/02/2021


Dimensiones	Indicadores	Ítems	Resultados de la observación
<b>Contenido Audiovisual</b>  <a href="https://bit.ly/3vNrFZN">https://bit.ly/3vNrFZN</a>	Tipo de contenido Spot político	Spot	<p>El producto audiovisual tiene un mensaje corto, sencillo y fácil de entender, forma parte del recorrido que el excandidato hizo por la región Cajamarca.</p> <p>Los spots audiovisuales resultan más dinámicos para las redes sociales, pues haciendo un buen uso de este producto comunicacional se puede llegar de manera efectiva a los seguidores.</p> <p>Los tiempos cortos permiten que el material pueda ser visto por completo, ayudando así a generar más interacción entre la audiencia.</p> <p>Desde el punto de vista profesional comunicacional, se puede evidenciar la falta</p> <p>El spot audiovisual generó 192 reacciones, 175 likes o me gustas, 15 me encantas, 1 me importa y 1 me divierte, además tuvo 35 comentarios y fue compartido 55 veces.</p> 
	Mensaje Hola amigos estamos en Venecia, capital del distrito de José Sabogal, este distrito es el más grande de la provincia de San Marcos	<p><b>Intención:</b> La intención de este spot político es difundir el mensaje para este distrito de la región Cajamarca y convencer a la ciudadanía de que Juan Carlos recorre cada rincón de la región. En el mensaje el excandidato resalta a la juventud de este distrito los halaga y asegura que son excelente profesionales</p> <p><b>Duración:</b> El material audiovisual tiene una duración de 40 segundos, tiempo clave para que la audiencia logre ver y escuchar todo el mensaje del excandidato político</p>	
	Imagen	<p><b>Formato:</b> MPGE – 4 Es el formato estándar internacional de video para la web</p> <p><b>Tamaño:</b> 1920 x 1080</p> <p><b>Composición:</b> El personaje está en plano medio, lleva puesto un polo color blanco, al lado izquierdo del pecho está el número 1 y en el lado derecho el símbolo del partido político Somos Perú, un corazón dibujado con línea roja. Un detalle importante en la parte técnica es el micrófono solapero que está casi oculto en cuello del polo, sin embargo, la estabilidad de la imagen no es fija, pues se nota claramente la falta de un trípode, además un accesorio que lleva el candidato en todas sus presentaciones son sus anteojos. El fondo del producto audiovisual es la plaza principal del distrito de José Sabogal, el cielo matiza claramente con las prendas que lleva puesto el excandidato al congreso. No existe desenfoque selectivo ni de campo. El spot cierra con un mensaje que invita a los seguidores a marcar el corazón y escribir el número 1 en las urnas</p>	
	Tiempo	<b>Unidad:</b> 40 segundos	
	Música	<b>Género:</b> Folclórica <b>Origen:</b> Andes peruanos <b>Autor:</b> Gian Marco	
	Texto	<p><b>Tipografía:</b> Arial</p> <p><b>Ortografía:</b> No se detectaron faltas ortográficas en esta publicación.</p>	
	Color	<p><b>Clasificación:</b> Rojo (color cálido) Azul (Color frío)</p> <p>Rojo (alegre) Azul (calma) Estos colores en el diseño van acordes con los colores corporativos del partido político por el cual el excandidato participa en las elecciones.</p>	

FICHA DE OBSERVACIÓN - N°2			Fecha de publicación del post: 08/02/2021
Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021			
Dimensiones	Indicadores	Items	Resultados de la Observación
<b>Contenido Audiovisual</b> <a href="https://fb.watch/cGNievv-UH/">https://fb.watch/cGNievv-UH/</a>	<b>Tipo de Contenido</b>	Spot político, colage de imágenes musicalizado	<p>El texto que acompaña a la publicación resalta a la provincia de San Miguel, ahora el candidato ya no solo está dentro de la provincia de Cajamarca, sino que empieza a mostrar otras provincias de la región.</p> <p>Escribe esto “Tierra del tejido y la producción agroganadera” resaltando así el potencial de la provincia de San Miguel.</p> <p>El texto que acompaña a la publicación consta de un párrafo, haciendo que su lectura sea rápida y sencilla para los seguidores.</p> <p>Durante el tiempo del spot, se muestra el paisaje de los campos sanmiguelinos, un recurso clave para hacer saber a la ciudadanía de esa provincia que el candidato llegó hasta su tierra y conoce la realidad. En el cierre se hace la invitación a marcar los corazones y escribir el número 1. La publicación generó 122 likes o me gustas, 13 comentarios y se compartió 27 veces.</p> 
	<b>Mensaje</b> COMBAYO CON JUAN CARLOS DÍAZ	<b>Intención:</b> La intención del excandidato fue dar a conocer que la provincia de San Miguel se suma al apoyo de su candidatura. <b>Duración:</b> El tiempo del spot dura 1 minuto con 5 segundos, aunque considero un tiempo muy largo para un spot político.	
	<b>Imagen</b> Imágenes en movimiento de la provincia de San Miguel donde se evidencia la propaganda de Juan Carlos Díaz	<b>Formato:</b> MPGE 4 <b>Tamaño:</b> 1920 x 1080 <b>Composición:</b> El post se compone de imágenes en movimiento que evidencian que en la provincia de San Miguel el candidato político tiene el apoyo de la ciudadanía, pues las pintas con su nombre invitan a marcar los 2 corazones y escribir el número 1. En el material audiovisual predominan el plano general, esto con el objetivo de mostrar la ubicación en el contexto, el enfoque fotográfico es automático, tienen luz natural. No existe ruido fotográfico y el encuadre es horizontal. Se deja notar que la grabación fue hecha desde un vehículo, no se utilizó un trípode y por ello resulta un producto con mucho movimiento.	
	<b>Tiempo</b>	<b>Unidad:</b> 1:05 minutos	
	<b>Música</b>	<b>Género:</b> Folclórico <b>Origen:</b> Latinoamérica <b>Autor:</b> Luis Quequesana	
	<b>Texto</b> En la provincia de San Miguel, tierra del tejido y la producción agroganadera.	<b>Tipografía:</b> La tipografía al texto que acompaña a la publicación es inherit, es una fuente automatizada por Facebook <b>Ortografía:</b> No se detectan errores ortográficos	
<b>Color</b> Los colores resaltan azul y rojo	<b>Clasificación:</b> Rojo (color cálido) Azul (Color frío) Rojo (alegre) Azul (calma) Estos colores en el diseño van acorde con los colores corporativos del partido político por el cual el excandidato participa en las elecciones.		

**FICHA DE OBSERVACIÓN -Nº3**

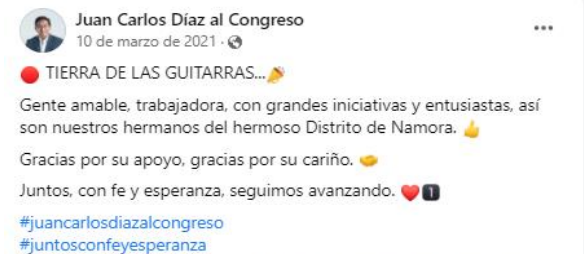

Fecha de publicación del post: 04/03/2021

Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021

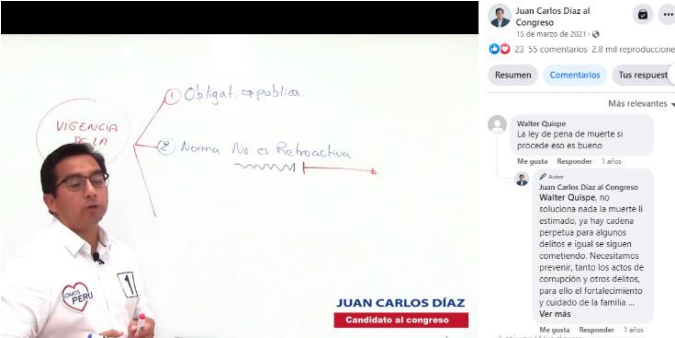
Dimensiones	Indicadores	Items	Resultados de la Observación
<b>Contenido Audiovisual</b> <a href="https://bit.ly/3OMIGgy">https://bit.ly/3OMIGgy</a>	<b>Tipo de Contenido</b>	Transmisión en vivo de Conferencia de Prensa	<p>La transmisión es la primera del mes de marzo, el excandidato congresal tocó 4 ejes Sector Salud, Reactivación Económica, Seguridad Ciudadana.</p> <p>El objetivo fue que a través de esta conferencia de prensa Juan Carlos Díaz pueda llegar con sus propuestas a la ciudadanía.</p> <p>Hay una clara evidencia de que conoce el tema, no titubea, cita leyes y tiene un buen dominio escénico.</p> <p>Finaliza su presentación invitando a marcar los corazones y presentando a Talito, una caricatura animada hecha por su equipo y que hace referencia a su persona. “Es el lado informal de mi persona, así me conocen mis alumnos, mis amigos y mi familia” dice al terminar. La publicación generó 150 likes o me gustas, 8 me encanta 139 comentarios y se compartió 177 veces.</p> 
	<b>Mensaje</b>	<b>Intención:</b> Transmitir una conferencia de prensa en la que da a conocer sus propuestas de trabajo de llegar al congreso de la república. <b>Duración:</b> El tiempo de esta transmisión es de 22 minutos	
	<b>Imagen</b>	<b>Formato:</b> MPGE4 <b>Tamaño:</b> 1920 x 1080 <b>Composición:</b> La transmisión en vivo está en plano medio, en la parte inferior del encuadre, hay un banner con la propaganda de Juan Carlos Díaz que invita a marcar los corazones y escribir el número 1. El personaje viste una camisa blanca y un pantalón azul, colores que van acorde con la identidad del partido político. El enfoque fotográfico es automático, tienen luz natural y está levemente subexpuesta. No existe ruido fotográfico y el encuadre es horizontal. Se utilizó un trípode durante toda la transmisión.	
	<b>Tiempo</b>	<b>Unidad:</b> 22 minutos	
	<b>Música</b>	<b>Género:</b> No se identifica música en la transmisión en vivo <b>Origen:</b> No se identificó el origen de la música <b>Autor:</b> No se identificó autor ningún autor	
	<b>Texto</b>	<b>Tipografía:</b> La tipografía al texto que acompaña a la publicación es inherit, es una fuente automatizada por Facebook <b>Ortografía:</b> No se detectan errores ortográficos	
	<b>Color</b>	<b>Clasificación:</b> Rojo (color cálido) Azul (Color frío) Rojo (alegre) Azul (calma) Estos colores en el diseño van acordes con los colores corporativos del partido político por el cual el excandidato participa en las elecciones.	

**FICHA DE OBSERVACIÓN – N°4**
**Fecha de publicación del post:** 10/03/2021

Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021

Dimensiones	Indicadores	Items	Resultados de la Observación
<b>Contenido Audiovisual</b> <a href="https://bit.ly/3OHvZiB">https://bit.ly/3OHvZiB</a>	<b>Tipo de Contenido</b>	Spot político	El producto audiovisual inicia con imágenes del potencial que tiene Namora, un distrito de la provincia de Cajamarca.
	<b>Mensaje</b>	<b>Intención:</b> Dar a conocer que sigue recorriendo diversas zonas de la región Cajamarca <b>Duración:</b> 1.23 min	Esta tierra se caracteriza por la elaboración de guitarras y es clave que el excandidato lo mencione, pues denota que conoce al sitio, Juan Carlos Díaz resalta y halaga a esta tierra y asegura que las guitarras que aquí se hacen van para diversas partes del Perú y el mundo.
	<b>Imagen</b> Imágenes en movimiento en los talleres de guitarras del distrito de Namora.	<b>Formato:</b> MPGE4 <b>Tamaño:</b> 1920 x 1080 <b>Composición:</b> Las imágenes están en plano general, evidencian diversos talleres donde hacen guitarras, el candidato interactúa con la ciudadanía, en su mayoría con gente joven, coge una guitarra e incluso posa para las fotos. El personaje viste una camisa blanca y un pantalón azul, colores que van acorde con la identidad del partido político. El enfoque fotográfico es automático, tienen luz natural. No existe ruido fotográfico y el encuadre es horizontal. No se utilizó trípode durante toda la grabación. Para captar un mejor sonido de la voz del candidato se utilizó un micrófono solapero, detalle que le da profesionalismo al sonido.	La intención del material audiovisual es posicionar al candidato en esta zona de Cajamarca.
	<b>Tiempo</b>	<b>Unidad:</b> 1.23 min	Finaliza su presentación invitando a marcar los corazones y escribir el 1 en las urnas el día de las elecciones.
	<b>Música</b> No se identifica música dentro de la transmisión	<b>Género:</b> Folclórico <b>Origen:</b> Latinoamérica <b>Autor:</b> Luis Quequezana	La publicación generó 90 likes o me gustas, 3 comentarios y se compartió 13 veces.
	<b>Texto</b> Gente amable, trabajadora, con grandes iniciativas y entusiastas, así son nuestros hermanos del hermoso Distrito de Namora. Gracias por su apoyo.	<b>Tipografía:</b> La tipografía al texto que acompaña a la publicación es inherit, es una fuente automatizada por Facebook <b>Ortografía:</b> No se detectan errores ortográficos en el texto que acompaña a la publicación.	
	<b>Color</b> Los colores resaltan azul y rojo	<b>Clasificación:</b> Rojo (color cálido) Azul (Color frío) Rojo (alegre) Azul (calma) Estos colores en el diseño van acordes con los colores corporativos del partido político por el cual el excandidato participa en las elecciones.	



FICHA DE OBSERVACIÓN – N°5			Fecha de publicación del post: 15/03/2021
Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021			
Dimensiones	Indicadores	Items	Resultados de la Observación
<b>Contenido Audiovisual</b> <a href="https://bit.ly/3vysj9R1">https://bit.ly/3vysj9R1</a>	<b>Tipo de Contenido</b>	Informe sobre Vigencia de las Leyes	<p>La amplia experiencia en la docencia del excandidato cajamarquino le permite llegar con facilidad a sus seguidores mediante la simulación de una clase a la que le denomina La Clases de Talito.</p> <p>Desde el punto de vista del investigador considero que este método le da cierta ventaja sobre sus rivales políticos, la claridad de sus ideas despeja muchas dudas, una muestra de que el político conoce del tema que habla.</p> <p>La adaptación de una de los ambientes de su oficina para dictar su pequeña clase hacen sentir al seguidor como un alumno más.</p> <p>Juan Carlos advierte de que en campaña electoral muchos candidatos ofrecen proyectos que son imposibles de cumplir, por ello asegura que su pequeña clase puede ayudar a despejar muchas dudas. Finaliza diciendo “Nos vemos en la próxima” dando a entender que seguirá utilizando este método dinámico.</p> <p>La publicación generó 200 likes o me gustas, 90 me encanta 55 comentarios y se compartió 95 veces.</p>
	<b>Mensaje</b>	<b>Intención:</b> Informar sobre las vigencias de las leyes en el Perú <b>Duración:</b> 3.50 min	
	<b>Imagen</b>	<b>Formato:</b> MPGE4 <b>Tamaño:</b> 1920 x 1080 <b>Composición:</b> Todo el producto audiovisual está en plano busto, los elementos que acompañan al excandidato son una pizarra blanca y plumones. Juan Carlos simula una clase para explicar a sus seguidores sobre la vigencia de las leyes en el Perú y si se podría aplicar la pena de muerte para algunos delitos El enfoque fotográfico es automático, tienen luz natural. Está levemente sobreexpuesta y el excandidato pierde la visibilidad sobre sobre la pizarra blanca No existe ruido fotográfico y el encuadre es horizontal. Se utilizó trípode durante toda la grabación. Para captar un mejor sonido de la voz del candidato se utilizó un micrófono solapero, detalle que le da profesionalismo al sonido.	
	<b>Tiempo</b>	<b>Unidad:</b> 3.50 min	
	<b>Música</b>	<b>Género:</b> Folclórico <b>Origen:</b> Latinoamérica <b>Autor:</b> Luis Quequezana	
	<b>Texto</b>	<b>Tipografía:</b> La tipografía al texto que acompaña a la publicación es inherit, es una fuente automatizada por Facebook <b>Ortografía:</b> No se detectan errores ortográficos	
	<b>Color</b>	<b>Clasificación:</b> Rojo (color cálido) Azul (Color frío) Rojo (alegre) Azul (calma) Estos colores en el diseño van acordes con los colores corporativos del partido político por el cual el excandidato participa en las elecciones.	
			

**FICHA DE OBSERVACIÓN – N°6**

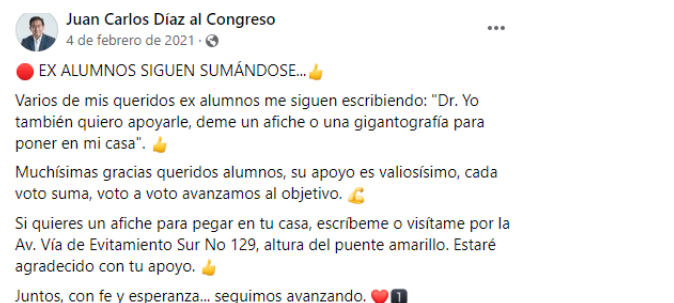

Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021


Fecha de publicación del post: 02/02/2021

Dimensiones	Indicadores	Items	Resultados de la Observación
<p align="center"><b>Post Publicados</b></p> <p><a href="https://bit.ly/3KcDe20">https://bit.ly/3KcDe20</a></p>	<p align="center"><b>Actualización</b></p>	<p><b>Tiempo:</b> Esta publicación se hizo el 2 de febrero del 2021</p> <p><b>Tipo de Contenido:</b> Texto informativo con la intención de dar a conocer a la ciudadanía que más cajamarquinos se suman al apoyo de la candidatura de Juan Carlos Díaz de manera voluntaria.</p>	<p>En el post, el excandidato al congreso deja notar que no solo él visita a las provincias de la región Cajamarca, sino que también le visitan hasta su local de campaña para brindarle su apoyo. El texto conta de dos párrafos, haciendo que su lectura sea rápida y sencillas</p> <p>Con esta actitud, Juan Carlos Díaz da a entender que tiene las puertas abiertas para cualquier ciudadano. El excandidato viste su camisa blanca con el símbolo del partido político en el lado derecho y con el número 1 de su candidatura en el lado izquierdo.</p>
	<p align="center"><b>Titular</b> GRACIAS POR SU APOYO</p>	<p><b>Tipografía:</b> La tipografía es, Segoe UI Historic, es una tipografía automatizada por Facebook</p> <p><b>Tamaño:</b> El tamaño es 11.5 y es automatizada por Facebook</p>	
	<p align="center"><b>Texto</b> Líderes del Centro Poblado de Huacataz, Baños del Inca, me visitaron para manifestarme su apoyo en favor de mi candidatura.</p>	<p><b>Ortografía:</b> El texto publicado cumple con las reglas ortográficas</p> <p><b>Sintáxis:</b> El texto cumple con el orden correcto de la disciplina lingüística, logrando que sea entendible para la audiencia o los seguidores</p> <p><b>Tipografía:</b> La fuente utilizada en el texto es inherit, es una fuente automatizada por Facebook</p>	<p>Los colores del pantalón y la camisa del excandidato nos son coincidencia, sino responden a los colores corporativos del símbolo político donde predominan el blanco y el azul. El post generó 160 likes o me gustas y 13 me encantas, 16 comentario y se compartió 22 veces</p>
	<p align="center"><b>Imágenes</b> Imágenes registradas con un teléfono celular</p>	<p><b>Formato:</b> Joint Photographic Experts Group (JPEG)</p> <p><b>Tamaño:</b> 1440 x 1012</p> <p><b>Composición:</b> La imagen se compone de 4 personajes, 3 líderes de la comunidad Huacatáz del distrito de Baños del Inca en la provincia de Cajamarca y el excandidato al congreso Juan Carlos Díaz Sánchez. Está en plano entero, tiene luz artificial y se muestra levemente subexpuesta, el enfoque fotográfico es automático. No existe ruido fotográfico y el encuadre es horizontal.</p> <p>En la parte inferior de la imagen acompaña un banner en color blanco y azul que invita a votar por el candidato, en el lado izquierdo está el símbolo del partido político Somos Perú y en el lado derecho indica como se debe marcar y escribir el día de las elecciones en las urnas</p>	

FICHA DE OBSERVACIÓN – N°7			Fecha de publicación del post: 03/02/2021
Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021			
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Resultados de la Observación
<b>Post</b> <b>Publicados</b> <a href="https://bit.ly/36Ux4WD">https://bit.ly/36Ux4WD</a>	<b>Actualización</b>	<b>Tiempo:</b> Esta publicación se hizo el 3 de febrero del 2021 <b>Tipo de Contenido:</b> Texto de agradecimiento a los jóvenes que creen en la candidatura de Juan Carlos Díaz Sánchez.	<p>En el post, el excandidato al congreso agradece a la juventud que se va sumando a su candidatura. Asegura que lo hacen de manera desinteresada.</p> <p>Deja notar que las ideas de los jóvenes son importantes para el desarrollo de Cajamarca. El texto conta de dos párrafos, haciendo que su lectura sea rápida y sencilla para los seguidores.</p> <p>Con esta actitud, Juan Carlos Díaz da a entender que tiene las puertas abiertas para cualquier ciudadano. El excandidato viste su camisa blanca con el símbolo del partido político en el lado derecho y con el número 1 de su candidatura en el lado izquierdo.</p> <p>Los colores del pantalón y la camisa del excandidato nos son coincidencia, sino responden a los colores corporativos del símbolo político donde predominan el blanco y el azul. El post generó 342 likes o me gustas, 27 me divierte, 16 me encanta, 7 me enoja, 2 me asombra, 28 comentarios y se compartió 59 veces.</p>
	<b>Titular</b> SOMOS JÓVENES, SOMOS PERÚ	<b>Tipografía:</b> La tipografía es, Segoe UI Historic, es una tipografía automatizada por Facebook <b>Tamaño:</b> El tamaño es 11.5 y es automatizada por Facebook	
	<b>Texto</b> Mi agradecimiento con cada joven que se viene sumando a la campaña. De forma desinteresada, sin pedir nada a cambio, sólo porque creen en la política decente y responsable. Bienvenidos jóvenes, sus ideas y apoyo es muy importante, me gusta escucharlos y soñar con ustedes con un futuro mejor.	<b>Ortografía:</b> El texto publicado cumple con las reglas ortográficas <b>Sintáxis:</b> El texto cumple con el orden correcto de la disciplina lingüística, logrando que sea entendible para la audiencia o los seguidores <b>Tipografía:</b> La fuente utilizada en el texto es inherit, es una fuente automatizada por Facebook	
	<b>Imágenes</b> Imágenes registradas con un teléfono celular	<b>Formato:</b> Joint Photographic Experts Group (JPEG) <b>Tamaño:</b> 1440 x 1012 <b>Composición:</b> La imagen se compone de 4 personajes, 3 mujeres jóvenes de alguna zona de la región Cajamarca y el excandidato al congreso Juan Carlos Díaz Sánchez. Está en plano entero, tiene luz artificial y se muestra levemente subexpuesta, el enfoque fotográfico es automático. No existe ruido fotográfico y el encuadre es horizontal. Juan Carlos Díaz viste una camisa blanca con el símbolo del partido en el lado derecho y el número 1 de su candidatura en el lado izquierdo. Todos los personajes de la foto gesticulan manito arriba, en señal de conformidad con el candidato	

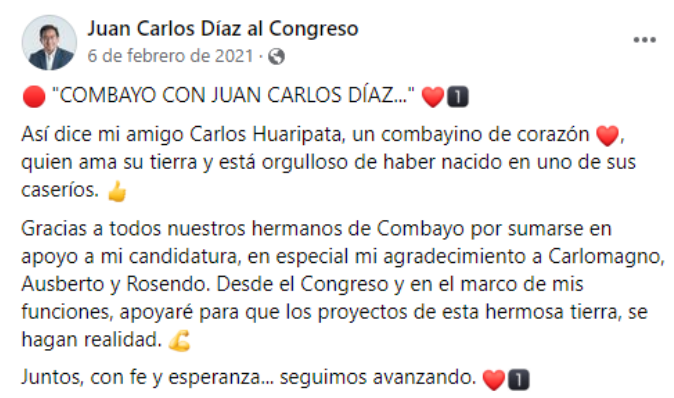


FICHA DE OBSERVACIÓN N°8			Fecha de publicación del post: 04/02/2021
Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021			
Dimensiones	Indicadores	Items	Resultados de la Observación
<b>Post</b> <b>Publicados</b>  <a href="https://bit.ly/3MRdAll">https://bit.ly/3MRdAll</a>	<b>Actualización</b>	<b>Tiempo:</b> Esta publicación se hizo el 4 de febrero del 2021 <b>Tipo de Contenido:</b> Texto de agradecimiento a los jóvenes que creen en la candidatura de Juan Carlos Díaz Sánchez,	<p>En el post, el excandidato al congreso agradece a sus exalumnos de la universidad que apoyan su candidatura, aquí, el político cita lo que sus exestudiantes le escriben por interno solicitándole material político.</p> <p>Esto ayuda a reforzar el post, pues entre seguidores también desata comentarios donde le solicitan material político para ayudarlo a encaminar su campaña.</p> <p>El texto consta de tres párrafos, haciendo que su lectura sea rápida y sencilla para los seguidores.</p> <p>Con este post, Juan Carlos Díaz da a conocer que tiene el respaldo de sus estudiantes, dando a entender que fue un excelente docente, asimismo invita a quienes desean afiches o gigantografías para visitarlo en su local de campaña.</p> <p>El post generó 195 likes o me gustas, 14 me encanta, 19 comentarios y se compartió 38 veces.</p> 
	<b>Titular</b> EX ALUMNOS SIGUEN SUMÁNDOSE	<b>Tipografía:</b> La tipografía es, Segoe UI Historic, es una tipografía automatizada por Facebook <b>Tamaño:</b> El tamaño es 11.5 y es automatizada por Facebook	
	<b>Texto</b> Varios de mis queridos ex alumnos me siguen escribiendo: "Dr. Yo también quiero apoyarle, deme un afiche o una gigantografía para poner en mi casa". Muchísimas gracias queridos alumnos	<b>Ortografía:</b> El texto publicado cumple con las reglas ortográficas  <b>Sintáxis:</b> El texto cumple con el orden correcto de la disciplina lingüística, logrando que sea entendible para la audiencia o los seguidores  <b>Tipografía:</b> La fuente utilizada en el texto es inherit, es una fuente automatizada por Facebook	
<b>Imágenes</b> Imágenes registradas con un teléfono celular	<b>Formato:</b> Joint Photographic Experts Group (JPEG) <b>Tamaño:</b> 1440 x 1012 <b>Composición:</b> El post se compone de 8 imágenes que evidencian la difusión de propaganda electoral. El material gráfico que se compone con la fotografía del excandidato tiene un texto que se lee "Juan Carlos Díaz al Congreso" invita a marcar los 2 corazones y escribir el número 1. Están en plano general, esto con el objetivo de mostrar que también hay apoyo dentro de la zona urbana de la región, el enfoque fotográfico es automático. No existe ruido fotográfico y el encuadre es horizontal. Quienes pegan las piezas gráficas lo hacen en las partes más vistosas de las casas y los vehículos.		

FICHA DE OBSERVACIÓN – N°9			Fecha de publicación del post: 04/02/2021
Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021			
Dimensiones	Indicadores	Items	Resultados de la Observación
<b>Post</b> <b>Publicados</b> <a href="https://bit.ly/3KuVXpy">https://bit.ly/3KuVXpy</a>	<b>Actualización</b>	<b>Tiempo:</b> Esta publicación se hizo el 4 de febrero del 2021 <b>Tipo de Contenido:</b> Post, Denuncia sobre el atentando a una de las pintas de la candidatura de Juan Carlos Díaz Sánchez, en la ciudad de Cajamarca	<p>El post del excandidato se cataloga como una denuncia ciudadana, Juan Carlos Díaz hace notar su incomodidad ante algún rival político, pues indica que le han borrado una de sus pintas en la ciudad de Cajamarca.</p> <p>Él considera que esa no es la forma de hacer política y asegura que su rival está entrando en desesperación.</p> <p>El texto consta de cuatro párrafos, haciendo que su lectura sea rápida y sencilla para los seguidores.</p> <p>El post finaliza, asegurando que su persona sabe afrontar la guerra sucia y hace un llamado para que esto no vuelva a repetirse.</p> <p>El post generó 154 likes o me gustas, 15 me asombra, 7 me encanta, 3 me enoja, 2 me entristece, 78 comentarios y se compartió 18 veces.</p>
	<b>Titular</b> COMENZÓ LA GUERRA SUCIA	<b>Tipografía:</b> La tipografía es, Segoe UI Historic, es una tipografía automatizada por Facebook <b>Tamaño:</b> El tamaño es 11.5 y es automatizada por Facebook	
	<b>Texto</b> Si ves una pared pintada con el nombre de un candidato al Congreso, es indecente y desleal, que toques la puerta y ofrezcas dinero o sencillamente que le pidas pintar con otro nombre encima	<b>Ortografía:</b> El texto publicado cumple con las reglas ortográficas, no se detectan errores ortográficos. <b>Sintaxis:</b> El texto cumple con el orden correcto de la disciplina lingüística, logrando que sea entendible para la audiencia o los seguidores <b>Tipografía:</b> La fuente utilizada en el texto es inherit, es una fuente automatizada por Facebook	
<b>Imágenes</b> Imágenes registradas con un teléfono celular	<b>Formato:</b> Joint Photographic Experts Group (JPEG) <b>Tamaño:</b> 1440 x 1012 <b>Composición:</b> El post se compone de 1 imagen que evidencia una pared pintada con la propaganda electoral de Juan Carlos Díaz. En la pinta se lee “Juan Carlos Díaz al Congreso, Somos Perú” además invita a marcar los 2 corazones y escribir el número 1. Está en plano general, esto con el objetivo de mostrar la ubicación de dicha pinta, el enfoque fotográfico es automático, está levemente subexpuesta. No existe ruido fotográfico y el encuadre es horizontal.		

FICHA DE OBSERVACIÓN – N°10		Fecha de publicación del post: 06/02/2021
Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021		





Dimensiones	Indicadores	Items	Resultados de la Observación
<p><b>Post</b> <b>Publicados</b> <a href="https://bit.ly/3s03nL5">https://bit.ly/3s03nL5</a></p>	<p><b>Actualización</b> 06/02/2021</p>	<p><b>Tiempo:</b> Esta publicación se hizo el 6 de febrero del 2021 <b>Tipo de Contenido:</b> Post, texto de agradecimiento a los vecinos de la comunidad de Cumbemayo por sumarse al apoyo de la candidatura de Juan Carlos Díaz</p>	<p>El post inicia citando el mensaje de un cumbemayino y dice COMBAYO CON JUAN CARLOS DÍAZ, el excandidato halaga al personaje, dice que es un cumbemayino de corazón Luego agradece a los vecinos de esta zona de Cajamarca por apoyar su candidatura y promete que desde el congreso y en el marco de sus funciones trabajará para que los proyectos de esta tierra se hagan realidad. El texto consta de dos párrafos, haciendo que su lectura sea rápida y sencilla para los seguidores.  El objetivo de este post es generar una réplica entre la ciudadanía que también pueden sumarse a la campaña haciendo el efecto multiplicador en otras localidades de la región Cajamarca.  El post generó 186 likes o me gustas, 10 me encantas, 3 me importa, 1 me divierte, 30 comentarios y se compartió 42 veces.</p>  <p>Juan Carlos Díaz al Congreso 6 de febrero de 2021 · 🌐</p> <p>🔴 "COMBAYO CON JUAN CARLOS DÍAZ..." ❤️ 1</p> <p>Así dice mi amigo Carlos Huaripata, un cumbemayino de corazón ❤️, quien ama su tierra y está orgulloso de haber nacido en uno de sus caseríos. 🙌</p> <p>Gracias a todos nuestros hermanos de Combayo por sumarse en apoyo a mi candidatura, en especial mi agradecimiento a Carlomagno, Ausberto y Rosendo. Desde el Congreso y en el marco de mis funciones, apoyaré para que los proyectos de esta hermosa tierra, se hagan realidad. 🙌</p> <p>Juntos, con fe y esperanza... seguimos avanzando. ❤️ 1</p>
	<p><b>Titular</b> COMBAYO CON JUAN CARLOS DÍAZ</p>	<p><b>Tipografía:</b> La tipografía es, Segoe UI Historic, es una tipografía automatizada por Facebook <b>Tamaño:</b> El tamaño es 11.5 y es automatizada por Facebook</p>	
	<p><b>Texto</b> Así dice mi amigo Carlos Huaripata, un cumbemayino de corazón , quien ama su tierra y está orgulloso de haber nacido en uno de sus caseríos. Gracias a todos nuestros hermanos de Combayo por sumarse en apoyo a mi candidatura, en especial mi agradecimiento a Carlomagno, Ausberto y Rosendo.</p>	<p><b>Ortografía:</b> El texto publicado cumple con las reglas ortográficas <b>Sintaxis:</b> El texto cumple con el orden correcto de la disciplina lingüística, logrando que sea entendible para la audiencia o los seguidores <b>Tipografía:</b> La fuente utilizada en el texto es inherit, es una fuente automatizada por Facebook</p>	
	<p><b>Imágenes</b> Las imágenes que acompañan al post, fueron registradas con teléfono celular.</p>	<p><b>Formato:</b> Joint Photographic Experts Group (JPEG) <b>Tamaño:</b> 1440 x 1012 <b>Composición:</b> El post se compone de 12 imágenes que muestran varias viviendas de Combayo, un centro poblado de la provincia de Cajamarca con la propaganda electoral de Juan Carlos Díaz. En los carteles se lee "Juan Carlos Díaz al Congreso" además invita a marcar los 2 corazones y escribir el número 1.  Están en plano general, esto con el objetivo de mostrar la ubicación de dicha pinta, el enfoque fotográfico es automático, tienen luz natural. No existe ruido fotográfico y el encuadre es horizontal.</p>	

**FICHA DE OBSERVACIÓN – N°11**

Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021


**Fecha de publicación del post:** 05/02/2021

Dimensiones	Indicadores	Items	Resultados de la Observación
<p align="center"><b>Estrategia</b> <a href="https://bit.ly/3tdNT6R">https://bit.ly/3tdNT6R</a></p>	<p><b>Emocional</b></p>	<p><b>Medio:</b> Post de Facebook</p> <p><b>Percepción:</b> El post apela al sentimiento de los seguidores de Juan Carlos Díaz, para que se unan a difundir su candidatura a través de un sticker que pueden colocar en sus vehículos.</p> <p><b>Expresión:</b> Si tienes un vehículo, apóyame colando un sticker en el parabrisa posterior. Será de gran ayuda para seguir difundiendo mi candidatura al Congreso. Puedes visitarnos a la Av. Vía de Evitamiento Sur No 129, segundo piso.</p> <p><b>Características:</b> El excandidato apela al buen gesto de sus seguidores en tono confiable pide que le sigan ayudando a difundir su candidatura.</p> <p><b>Tipos:</b> La Confianza es el tipo de emoción que se expresa en el post, pues el candidato no sólo desea difundir su candidatura, sino se siente en confianza con sus seguidores para hacerles tal pedido.</p>	<p>El post del excandidato apela al sentimiento de sus seguidores, Juan Carlos Díaz apela a la inteligencia emocional, sabe que la mayoría de sus seguidores responderán positivamente a su llamado.</p> <p>Esta es otra manera de seguir posicionándose en las mentes del público elector, además que llevar un sticker en un vehículo permitiría difundir su candidatura en zonas donde probablemente el excandidato político no haya podido llegar.</p> <p>El post evidencia a unos autos modernos llevando el sticker de la candidatura del político cajamarquino, dando a entender que algunos ciudadanos ya le solicitan estas piezas gráficas para colocarlas en sus vehículos.</p> <p>La publicación generó 332 likes o me gustas, 18 comentarios y se compartió 25 veces.</p> 
	<p><b>Informativo</b></p>	<p><b>Medio:</b> Post de Facebook</p> <p><b>Intención:</b> Pedir a la ciudadanía que apoye con la difusión de su candidatura a través de stickers que pueden llevar en sus vehículos.</p> <p><b>Tipos:</b> se limita solo hacer un análisis de la estrategia emocional</p> <p><b>Características:</b> se limita solo hacer un análisis de la estrategia emocional</p>	<p>Si tienes un vehículo, apóyame colando un sticker en el parabrisa posterior. Será de gran ayuda para seguir difundiendo mi candidatura al Congreso. 🙌</p> <p>Puedes visitarnos a la Av. Vía de Evitamiento Sur No 129, segundo piso, altura del puente amarillo, y con gusto lo colocamos. 🙌</p> <p>Juntos, con fe y esperanza... seguimos avanzando. ❤️🇵🇪</p> 

**FICHA DE OBSERVACIÓN – N°12**

Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021

**Fecha de publicación del post:** 09/02/2021

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Resultados de la Observación
<p align="center"><b>Estrategia</b> <a href="https://bit.ly/3vcjUPW">https://bit.ly/3vcjUPW</a></p>	<p><b>Emocional</b></p>	<p><b>Medio:</b> Contenido audiovisual</p> <p><b>Percepción:</b> El investigador limitó sólo a un análisis informativo</p> <p><b>Expresión:</b> El investigador limitó sólo a un análisis informativo</p> <p><b>Características:</b> El investigador limitó sólo a un análisis informativo</p> <p><b>Tipos:</b> El investigador limitó sólo a un análisis informativo</p>	<p>En esta publicación, el excandidato inicia con una pregunta y dice ¿PUEDE UN CANDIDATO AL CONGRESO OFRECER BONOS? Durante su pequeña clase, Juan Carlos Díaz informa de cuáles son las funciones de cada poder del Estado (Poder Ejecutivo – Poder Legislativo y Poder Judicial)</p> <p>La intención de esta clase informativa es marcar distancia de sus contrincantes políticos, pues busca llegar a la ciudadanía con conocimiento sobre las funciones de un congresista.</p> <p>Juan Carlos, insta a no dejarse sorprender por candidatos al congreso que prometen dar bonos, “la constitución dice que los congresistas no pueden hacer eso” dice</p> <p>El personaje muestra el dominio del tema, hay un buen dominio escénico. Viste los colores corporativos del partido político, camisa blanca y pantalón azul.</p> <p>La composición audiovisual está en plano busto, el tamaño de resolución es de 1920 x 1080, el formato es MPG 4. El tiempo del producto audiovisual es de 4.25 min.</p> <p>La publicación generó 458 likes o me gustas, 135 comentarios y se compartió 221 veces.</p> 
	<p><b>Informativo</b></p>	<p><b>Medio:</b> Contenido audiovisual</p> <p><b>Intensión:</b> Informar a la ciudadanía sobre la estructura del Estado peruano para que la ciudadanía pueda elegir a la mejor opción</p> <p><b>Tipos:</b> Información política de carácter académico.</p> <p><b>Características:</b> El excandidato al congreso improvisa un pequeño salón de clase que es dictada para sus seguidores de su página de Facebook. La publicación se hizo el 9 de marzo.</p>	



## FICHA DE OBSERVACIÓN – N°13

Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021


Fecha de publicación del post: 08/02/2021

Dimensiones	Indicadores	Items	Resultados de la Observación3
<b>Estrategia</b> <a href="https://bit.ly/3swRSvd">https://bit.ly/3swRSvd</a>	<b>Emocional</b>	<p><b>Medio:</b> Spot audiovisual - Jingle</p> <p><b>Percepción:</b> Composición musical hecha por una exalumna del excandidato político, se matiza con lo que es el candidato y lo que haría de llegar al congreso de la república.</p> <p><b>Expresión:</b> El excandidato expresa alegría al escribir el texto que acompaña a la publicación, hace mención al Día de la Mujer y asegura que su exalumna tiene un buen talento musical</p> <p><b>Características:</b> El jingle, se cataloga dentro del spot publicitario que enmara una composición musical alegre para posicionarse entre la ciudadanía.</p> <p><b>Tipos:</b> El tipo de emoción que expresa el candidato es la alegría.</p>	<p>“Gracias Cristiana” dice el titular de la publicación haciendo mención que la ciudadana que compuso la canción fue una de sus alumnas y hoy ya es una abogada. El excandidato aprovecha el Día de la mujer para alanzar su publicación, pues halaga el talento de su exalumna.</p> <p>El jingle es una adaptación de la conocida canción en huayno “Ese Río de Andahuaylas”, en ella enmarca la trayectoria del excandidato, las propuestas de trabajo y lo que se debe marcar para apoyar la candidatura de Juan Carlos Díaz</p> <p>La composición audiovisual tiene imágenes estáticas y en movimiento, el tamaño de resolución es de 1920 x 1080, el formato es MPG 4. El tiempo de duración del producto audiovisual es de 4.25 min.</p> <p>La publicación generó 164 likes o me gustas, 34 comentarios y se compartió 40 veces.</p>
	<b>Informativo</b>	<p><b>Medio:</b> Spot audiovisual - Jingle</p> <p><b>Intensión:</b> El investigador limitó sólo a un análisis informativo</p> <p><b>Tipos:</b> El investigador limitó sólo a un análisis informativo</p> <p><b>Características:</b> El investigador limitó sólo a un análisis informativo</p>	

## FICHA DE OBSERVACIÓN – N°14

Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021

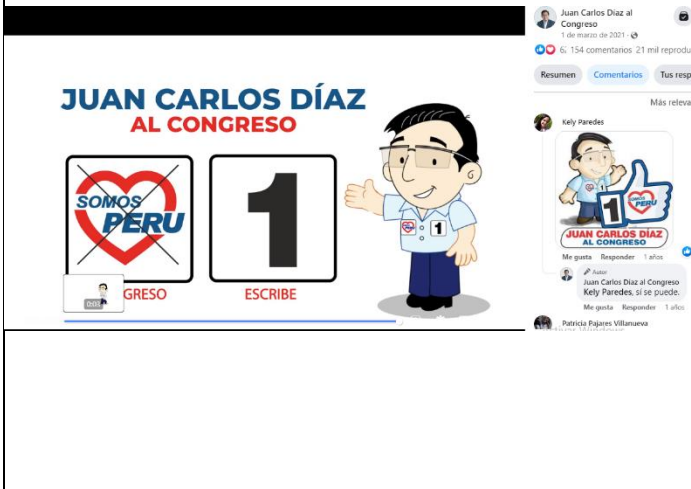
**Fecha de publicación del post:** 02/03/2021

Dimensiones	Indicadores	Items	Resultados de la Observación
<b>Estrategia</b> <a href="https://bit.ly/3KE2ZZb">https://bit.ly/3KE2ZZb</a>	<b>Emocional</b>	<p><b>Medio:</b> El investigador limitó sólo a un análisis informativo</p> <p><b>Percepción:</b> El investigador limitó sólo a un análisis informativo</p> <p><b>Expresión:</b> El investigador limitó sólo a un análisis informativo</p> <p><b>Características:</b> El investigador limitó sólo a un análisis informativo</p> <p><b>Tipos:</b> El investigador limitó sólo a un análisis informativo</p>	<p>El post es una estrategia para a dar a conocer a la ciudadanía que el excandidato continúa recorriendo la región Cajamarca, esta vez se dirige desde el distrito de Hualgayoc en la provincia de ese mismo nombre.</p> <p>Halaga a su gente y asegura que se ha reunido con sus exalumnos para escuchar sus diversas problemáticas.</p> <p>La composición audiovisual está en plano medio, tiene imágenes en movimiento, el tamaño de resolución es de 1920 x 1080, el formato es MPG 4. No se utilizó un trípode, pero se tuvo cuidado con las prensas del personaje, utilizando así la camisa blanca con la imagen del partido y el número del candidato El tiempo de duración del producto audiovisual es de 39 segundos.</p> <p>La publicación generó 128 likes o me gustas, 8 me encantas, 1 me interesa, 16 comentarios y se compartió 16 veces.</p>
	<b>Informativo</b>	<p><b>Medio:</b> Contenido audiovisual</p> <p><b>Intensión:</b> Difundir las sus propuestas de trabajo para llegar al congreso de la república. Además de ser percibido entre sus seguidores como el candidato que llega a donde otros probablemente no pueden hacerlo.</p> <p><b>Tipos:</b> Información política con enfoque hacer el llamado seguir sumándose al apoyo de su candidatura.</p> <p><b>Características:</b> Para lanzar su pequeño mensaje, Juan Carlos Díaz lo hace desde una comunidad campesina, rodeado de gente que sostienen una pancarta con la imagen del excandidato e invita a marcar el corazón y escribir el 1 el día de las elecciones.</p>	

**FICHA DE OBSERVACIÓN – N°15**

**Fecha de publicación del post:** 01/03/2021


Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021

Dimensiones	Indicadores	Items	Resultados de la Observación
<p align="center"><b>Estrategia</b>  <a href="https://bit.ly/3MSjDW">https://bit.ly/3MSjDW</a>  <b>M</b></p>	<p align="center"><b>Emocional</b></p>	<p><b>Medio:</b> El investigador limitó sólo a un análisis informativo</p> <p><b>Percepción:</b> El investigador limitó sólo a un análisis informativo</p> <p><b>Expresión:</b> El investigador limitó sólo a un análisis informativo</p> <p><b>Características:</b> El investigador limitó sólo a un análisis informativo</p> <p><b>Tipos:</b> El investigador limitó sólo a un análisis informativo</p>	<p>El post es una estrategia informativa para dar a conocer a la ciudadanía sobre Talo o Talito, un personaje que representa al excandidato, y en el texto que acompaña al post, Juan Carlos asegura que así es como le conocían de niño en los tradicionales juegos de trompos, canicas y la pelota.</p> <p>La composición audiovisual está en plano entero, tiene imágenes en movimiento, el tamaño de resolución es de 1920 x 1080, el formato es MPG 4. Tiene la voz en off de Juan Carlos, las prendas de la caricatura son camisa blanca y pantalón azul, colores que identifican al partido político.</p> <p>El excandidato asegura que, a partir de la fecha, esta caricatura acompañará su campaña electoral, dando a entender que Talito circulará más seguido por su cuenta oficial de Facebook.</p> <p>El tiempo de duración del producto audiovisual es de 40 segundos.</p> <p>La publicación generó 540 likes o me gustas, 71 me encantas, 13 me divierte, 4 me interesa, 1 me interesa, 154 comentarios y se compartió 218 veces.</p>
	<p align="center"><b>Informativo</b></p> <p>El siguiente post con carácter estratégico fue lanzado para presentar a Talo o Talito una caricatura animada que representó al excandidato político.</p>	<p><b>Medio:</b> Contenido audiovisual</p> <p><b>Intención:</b> Presentar un producto audiovisual animado conocido como “Talito”, un personaje animado con la voz del excandidato que se dirige a sus seguidores.</p> <p><b>Tipos:</b> Descriptiva, pues da características de su perfil profesional e indica cómo votar en las elecciones</p> <p><b>Características:</b> Para lanzar su pequeño mensaje, Juan Carlos Díaz lo hace desde una comunidad campesina, rodeado de gente que sostienen una pancarta con la imagen del excandidato e invita a marcar el corazón y escribir el 1 el día de las elecciones.</p>	

## FICHA DE OBSERVACIÓN – N°16

Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021


**Fecha de publicación del post:** 08/03/2021


Dimensiones	Indicadores	Items	Resultados de la Observación
<b>Diseño Gráfico</b> <a href="https://bit.ly/3GaVt7y">https://bit.ly/3GaVt7y</a>	<b>Imágenes</b> Se compone de 2 imágenes del excandidato, una junto a su maestra de inicial y la otra junto a 3 niñas del campo.	<b>Fotografía:</b> En una de las fotografías, el excandidato está junto a su maestra de nivel de inicial, está en plano medio y haciendo la gesticulación manito arriba en señal de conformidad con las propuestas del excandidato. La fotografía 2 muestra a Juan Carlos Díaz junto a 3 niñas del campo, todos sentado en algún rincón de la casa.  <b>Diseño:</b> Consta de un cintillo a modo de papel rasgado en la parte inferior de la fotografía de color azul, sobre ello se escribe “8 de marzo día internacional de la mujer” en letras rojas. En el lado derecho está el símbolo y el número que se debe marcar en las elecciones.	Juan Carlos Díaz hace una dedicatoria a la mujer cajamarquino por esta importante fecha internacional.  El texto se compone de 3 párrafos, cantidad que hace fácil su lectura entre los seguidores.  La fecha es propicia para hacer sentir esa consideración hacia la mujer, de modo tal que no se deje nada a especulaciones como a “machista”  El excandidato no solo halaga a la mujer cajamarquina, sino en especial a su madre y esposa. Además de ello hace memoria de su infancia y halaga a su maestra de nivel inicial.  La composición de la imagen está en plano medio, el formato es JPEG y las medidas son de 1440 x 1012. Al pide foto acompaña un banner con el nombre del candidato e invita a marcar el corazón y escribir el 1 el día de las elecciones. La publicación generó 124 likes o me gustas, 17 me encantas, 5 me importas, 10 comentarios y se compartió 42 veces.
	<b>Texto</b> El texto que acompaña a la publicación es Feliz Día de la Mujer	<b>Ortografía:</b> No se detectan errores ortográficos en las piezas gráficas  <b>Tipografía:</b> La tipografía utilizada dentro de las piezas gráficas son arial  <b>Tamaño:</b> El tamaño es 20, esto para resaltar la fecha importante del Día de la Mujer.	
	<b>Color</b> Los colores predominantes son el azul y rojo, esto siguiendo los colores corporativos del partido político.	<b>Clasificación:</b> Rojo (color cálido) Azul (Color frío)  <b>Significado:</b> Rojo (alegre) Azul (calma)  Estos colores en el diseño van acordes con los colores corporativos del partido político por el cual el excandidato participa en las elecciones.	
<b>Tipografía</b> La tipografía al texto que acompaña a la publicación es inherit, es una fuente automatizada por Facebook, la tipografía dentro de las piezas gráficas es arial	<b>Familia tipográfica:</b> La tipografía dentro de las piezas gráficas pertenecen a la familia tipográfica Aril Pro regular, es la más utilizada en la mayoría de textos.  <b>Intensión:</b> La intención de la tipografía dentro de las piezas gráficas son transmitir modernidad, seguridad y alegría.		

FICHA DE OBSERVACIÓN – N°17			Fecha de publicación del post: 15/03/2021
Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021			
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Resultados de la Observación
<b>Diseño Gráfico</b> <a href="https://bit.ly/3GuusfH">https://bit.ly/3GuusfH</a>	<b>Imágenes</b> Se compone de una imagen elaborada con el objetivo de dar a conocer su propuesta sobre el sector salud	<b>Fotografía:</b> No existe una fotografía real u obtenida mediante un proceso químico, la imagen que se evidencia es producto del diseño gráfico  <b>Diseño:</b> Se compone de dos personajes, Talito y la silueta de un médico con un texto en la parte superior derecha que se lee “Sistema de Salud”. En la parte izquierda se lee un texto “Ley que promueve la buena atención en el sistema de salud” y “La vida y la salud debe estar por encima de cualquier trámite burocrático”  En el lado derecho inferior está el símbolo y el número que se debe marcar en las elecciones.	Juan Carlos Díaz hace énfasis en un tema tan complicado que se vive en el Perú que es el sector salud, asegura que la vida de los peruanos no puede verse en peligro por los trámites burocráticos.  El texto que acompaña a la publicación tiene 3 párrafos lo que hace que su lectura sea sencilla entre los seguidores.  La composición de la pieza gráfica tiene imágenes hechas con vectores, muestra a los personajes en plano entero, el formato es JPEG y las medidas son de 1440 x 1012. Al pide foto acompaña un banner con el nombre del candidato e invita a marcar el corazón y escribir el 1 el día de las elecciones  La publicación generó 122 likes o me gustas, 9 me encantas, 1 me importas, 8 comentarios y se compartió 53 veces.
	<b>Texto</b> PROPUESTA PARA EL SECTOR SALUD En el Congreso de la República propondremos la "Ley que Promueve la Buena Atención en el Sistema de Salud".	<b>Ortografía:</b> No se detectan errores ortográficos en la pieza gráfica.  <b>Tipografía:</b> La tipografía utilizada dentro de las piezas gráficas son arial  <b>Tamaño:</b> El tamaño es 20, para resaltar Sistema de Salud	
	<b>Color</b> Los colores predominantes son el azul y rojo, esto siguiendo los colores corporativos del partido político.	<b>Clasificación:</b> Rojo (color cálido) Azul (Color frío)  <b>Significado:</b> Rojo (alegre) Azul (calma)  Estos colores en el diseño van acordes con los colores corporativos del partido político por el cual el excandidato participa en las elecciones.	
	<b>Tipografía</b> La tipografía al texto que acompaña a la publicación es inherit, es una fuente automatizada por Facebook, la tipografía dentro de las piezas gráficas es arial	<b>Familia tipográfica:</b> La tipografía dentro de las piezas gráficas pertenecen a la familia tipográfica Aril Pro regular, es la más utilizada en la mayoría de textos que acompañan a un diseño gráfico.  <b>Intención:</b> La intención de la tipografía dentro de las piezas gráficas son transmitir modernidad, seguridad y alegría.	





FICHA DE OBSERVACIÓN – N°18			Fecha de publicación del post: 18/03/2021
Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021			Resultados de la Observación
Dimensiones	Indicadores	Ítems	
<b>Diseño Gráfico</b> <a href="https://bit.ly/3x3KBEz">https://bit.ly/3x3KBEz</a>	<b>Imágenes</b> Se compone de una imagen elaborada con vectores, el objetivo es enseñar al elector cómo votar en las elecciones.	<b>Fotografía:</b> No existe una a fotografía real u obtenida mediante un proceso químico, la imagen que se evidencia es producto del diseño gráfico  <b>Diseño:</b> Se compone del personaje, Talito y un texto que se lee “Este 11 de abril vota por Juan Carlos Díaz para el congreso”  En el lado derecho inferior está una cédula de votación y resalta el símbolo del partido político y escrito el número 1, que indica que así se debería marcar y escribir el día de las elecciones.	Juan Carlos Díaz refuerza su publicación ante la cercanía de las elecciones y muestra de cómo los electores deberían marcar y escribir en pleno proceso electoral.  La pieza gráfica es clave, pues ayuda a que los electores sepan cómo sufragar en las urnas  La composición de la pieza gráfica tiene al personaje Talito que se muestra en plano entero, el formato es JPEG y las medidas son de 1440 x 1012. En la parte inferior resalta que se deben marcar los corazones escribir el número 1 el día de las elecciones   La publicación generó 368 likes o me gustas, 26 me encantas, 14 me divierte, 2 me interesa, 2 me enoja, 53 comentarios y se compartió 79 veces.
	<b>Texto</b> TALITO SABE Este 11 de abril, todos a marcar los corazones, pero ojito ojito para el congreso escribimos el N°1	<b>Ortografía:</b> No se detectan errores ortográficos en la pieza gráfica.  <b>Tipografía:</b> La tipografía utilizada dentro de las piezas gráficas son arial   <b>Tamaño:</b> El tamaño es 20, para resaltar el texto.	
	<b>Color</b> Los colores predominantes son el azul y rojo, esto siguiendo los colores corporativos del partido político.	<b>Clasificación:</b> Rojo (color cálido) Azul (Color frío)  <b>Significado:</b> Rojo (alegre) Azul (calma)  Estos colores en el diseño van acordes con los colores corporativos del partido político por el cual el excandidato participa en las elecciones.	
	<b>Tipografía</b> La tipografía al texto que acompaña a la publicación es inherit, es una fuente automatizada por Facebook, la tipografía dentro de las piezas gráficas es arial	<b>Familia tipográfica:</b> La tipografía dentro de las piezas gráficas pertenecen a la familia tipográfica Aril Pro regular, es la más utilizada en la mayoría de textos que acompañan a un diseño gráfico.  <b>Intensión:</b> La intención de la tipografía dentro de las piezas gráficas son transmitir modernidad, seguridad y alegría.	

FICHA DE OBSERVACIÓN – N°19			Fecha de publicación del post: 10/03/2021
Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021			Resultados de la Observación
Dimensiones	Indicadores	Ítems	
<b>Diseño Gráfico</b> <a href="https://bit.ly/3977XRE">https://bit.ly/3977XRE</a>	<b>Imágenes</b> Se compone de un collage de imágenes que muestran el apoyo a la candidatura de Juan Carlos Díaz.	<b>Fotografía:</b> 9 fotografías tomadas de los perfiles de diversos seguidores que apoyan la candidatura de Juan Carlos Díaz al Congreso de la República.  <b>Diseño:</b> Las 9 imágenes componen un collage. En la parte inferior se cada imagen se lee el texto “Yo apoyo a Juan Carlos Díaz” y al lado derecho el símbolo del partido político y el número 1 que se indica que se así se debe escribir en las elecciones.	<p>Juan Carlos Díaz no solo asegura que tiene el respaldo de la población, sino la muestra en esta publicación. “Gracias infinitas por su apoyo” dice el candidato congresal.</p> <p>El texto que acompaña a la publicación tiene 2 párrafos lo que hace que su lectura sea sencilla entre los seguidores.</p> <p>La composición de la pieza gráfica tiene un collage de 9 imágenes muestra a usuarios de Facebook que han utilizado un marco de la candidatura de Juan Carlos Díaz, los personajes están en plano busto, el formato es JPEG y las medidas son de 1440 x 1012. Al pide foto acompaña un banner con el nombre del candidato e invita a marcar el corazón y escribir el 1 el día de las elecciones</p> <p>La publicación generó 176 likes o me gustas, 9 comentarios y se compartió 14 veces.</p>
	<b>Texto</b> SÚMATE El excandidato agradece a los usuarios de Facebook que han subido su foto de perfil con un marco que muestra el apoyo a su candidatura.	<b>Ortografía:</b> No se detectan errores ortográficos en la pieza gráfica.  <b>Tipografía:</b> La tipografía utilizada dentro de las piezas gráficas son arial  <b>Tamaño:</b> El tamaño es 18, para resaltar el texto.	
	<b>Color</b> Los colores predominantes son el azul y rojo, esto siguiendo los colores corporativos del partido político.	<b>Clasificación:</b> Rojo (color cálido) Azul (Color frío)  <b>Significado:</b> Rojo (alegre) Azul (calma)  Estos colores en el diseño van acordes con los colores corporativos del partido político por el cual el excandidato participa en las elecciones.	
<b>Tipografía</b> La tipografía al texto que acompaña a la publicación es inherit, es una fuente automatizada por Facebook, la tipografía dentro de las piezas gráficas es arial.	<b>Familia tipográfica:</b> La tipografía dentro de las piezas gráficas pertenecen a la familia tipográfica Aril Pro regular, es la más utilizada en la mayoría de textos que acompañan a un diseño gráfico.  <b>Intensión:</b> La intención de la tipografía dentro de las piezas gráficas son transmitir modernidad, seguridad y alegría.		


FICHA DE OBSERVACIÓN – N°20			Fecha de publicación del post: 18/03/2021
Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021			
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Resultados de la Observación
<b>Diseño Gráfico</b> <a href="https://bit.ly/3x3KBEz">https://bit.ly/3x3KBEz</a>	<b>Imágenes</b> Se compone de una imagen elaborada con vectores, el objetivo es enseñar al elector cómo votar en las elecciones.	<b>Fotografía:</b> No existe una a fotografía real u obtenida mediante un proceso químico, la imagen que se evidencia es producto del diseño gráfico  <b>Diseño:</b> Se compone del personaje, Talito y un texto que se lee “Este 11 de abril vota por Juan Carlos Díaz para el congreso”  En el lado derecho inferior está una cédula de votación y resalta el símbolo del partido político y escrito el número 1, que indica que así se debería marcar y escribir el día de las elecciones.	Juan Carlos Díaz refuerza su publicación ante la cercanía de las elecciones y muestra de cómo los electores deberían marcar y escribir en pleno proceso electoral.  La pieza gráfica es clave, pues ayuda a que los electores sepan cómo sufragar en las urnas  La composición de la pieza gráfica tiene al personaje Talito que se muestra en plano entero, el formato es JPEG y las medidas son de 1440 x 1012. En la parte inferior resalta que se deben marcar los corazones escribir el número 1 el día de las elecciones  La publicación generó 368 likes o me gustas, 26 me encantas, 14 me divierte, 2 me interesa, 2 me enoja, 53 comentarios y se compartió 79 veces.
	<b>Texto</b> TALITO SABE Este 11 de abril, todos a marcar los corazones, pero ojo ojo para el congreso escribimos el N°1	<b>Ortografía:</b> No se detectan errores ortográficos en la pieza gráfica.  <b>Tipografía:</b> La tipografía utilizada dentro de las piezas gráficas son arial  <b>Tamaño:</b> El tamaño es 20, para resaltar el texto.	
	<b>Color</b> Los colores predominantes son el azul y rojo, esto siguiendo los colores corporativos del partido político.	<b>Clasificación:</b> Rojo (color cálido) Azul (Color frío)  <b>Significado:</b> Rojo (alegre) Azul (calma)  Estos colores en el diseño van acordes con los colores corporativos del partido político por el cual el excandidato participa en las elecciones.	
	<b>Tipografía</b> La tipografía al texto que acompaña a la publicación es inherit, es una fuente automatizada por Facebook, la tipografía dentro de las piezas gráficas es arial	<b>Familia tipográfica:</b> La tipografía dentro de las piezas gráficas pertenecen a la familia tipográfica Arial Pro regular, es la más utilizada en la mayoría de textos que acompañan a un diseño gráfico.  <b>Intención:</b> La intención de la tipografía dentro de las piezas gráficas son transmitir modernidad, seguridad y alegría.	






FICHA DE OBSERVACIÓN – N°21			Fecha de publicación del post: 09/04/2021
Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021			
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Resultados de la Observación
<b>Interacción</b> <a href="https://bit.ly/3NICG6H">https://bit.ly/3NICG6H</a>	<b>Comentarios</b> Los comentarios en esta publicación fueron positivos y resaltaron la valentía de la joven con discapacidad visual, quien reconoce el buen profesionalismo del excandidato al congreso cuando fue su docente en la facultad de Derecho de la UNC.	<b>Positivos:</b> “Así deberían aprender los Congresistas a trabajar.....”. “Grande Elenita, los que te conocemos sabemos que eres un ejemplo a seguir,....” <b>Negativos:</b> No de identifican comentarios negativos. <b>Características:</b> Los comentarios tienen un tono halagador y se muestra el respeto hacia la ciudadana, quien a pesar de su discapacidad lucha por sus sueños. La toman como ejemplo de superación y reconocen su talento y esfuerzo. <b>Respuestas del candidato:</b> El excandidato saca provecho de este post que tuvo acogida entre sus seguidores y responde con agradecimiento por el respaldo a su candidatura. Se podría tomar como sacar provecho de un apersona con discapacidad, pero el aval es que la joven fue su alumna y ayuda a contrarrestar las críticas en contra del candidato al congreso.	Desde mi punto de vista, esta publicación es la que más interacción ha generado en la página del excandidato al congreso, el testimonio de su exalumna con discapacidad visual fue clave para llegar a sus seguidores. No se puede tomar como aprovechamiento de la ciudadana, sino más bien confirmar la capacidad profesional de Juan Carlos Díaz, ya que el producto audiovisual relata las vivencias en las clases que impartía nel excandidato congresal. El texto que acompaña a la publicación tiene 2 párrafos a modo de introducción haciendo fácil su lectura entre sus seguidores. La composición fotográfica es sencilla, un fondo del paisaje en donde vive su exalumna, plano busto, iluminación natural y no se usó un trípode, al producto audiovisual le acompaña un fondo de música. La publicación generó 11 mil reacciones entre likes y me encantas, 124 comentarios y se compartió 607 veces.
	<b>Reacciones</b> Dos tipos de reacciones es las que demuestran que el producto audiovisual ha calado entre los seguidores (Like – me encanta)	<b>Significado:</b> <b>Like:</b> Significa que la publicación fue del agrado de los seguidores, a veces basta con dejar esta reacción y no hace un comentario. Su símbolo es manito arriba. <b>Me encanta:</b> Sentirse identificado con alguna publicación. Su símbolo es un corazón rojo. <b>Tipo:</b> Manito arriba y corazón rojo	
	<b>Compartidas</b> Esta publicación fue una de las más compartidas entre las demás.	<b>N° Compartidas:</b> Dicha publicación se compartió 607 veces, siendo una de las más compartidas durante la campaña electoral de Juan Carlos Díaz. <b>Tipo de contenido:</b> Producto audiovisual modo de testimonio que relata las vivencias de Elena como exalumna de Juan Carlos Díaz en la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional de Cajamarca.	



FICHA DE OBSERVACIÓN – N°22			Fecha de publicación del post: 09/04/2021
Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021			Resultados de la Observación
Dimensiones	Indicadores	Ítems	
<b>Interacción</b> <a href="https://bit.ly/3O8QDdW">https://bit.ly/3O8QDdW</a>	<b>Comentarios</b> Los comentarios en esta publicación demuestran el apoyo al candidato congresal, es una entrevista a los medios de prensa de la ciudad e Cajamarca.	<b>Positivos:</b> “Todos a marcar los corazones”. “Juan Carlos Díaz al Congreso” <b>Negativos:</b> No se identifican comentarios negativos en contra de Juan Carlos Díaz  <b>Características:</b> Los comentarios demuestran ánimos a pocas horas de las elecciones políticas, algunos de ellos aseguran que Juan Carlos llegará al congreso peruano.  <b>Respuestas del candidato:</b> Como en todas sus publicaciones, Juan Carlos Díaz no deja de dar muestras de agradecimiento a quienes le dejan un comentario en sus publicaciones. Esto es clave, ya que ayuda a estar en sintonía con sus seguidores.	<p>Transmisión clave para dar un mensaje final a los electores, no sería casualidad que Juan Carlos haya ido a la plaza de armas de la ciudad para que sea abordado por los medios de prensa.</p> <p>Durante la entrevista agradece a sus familiares, amigos, vecinos, exalumnos y a toda la colectividad cajamarquina y habla sobre la coyuntura nacional del momento e insta a hacer un voto responsable.</p> <p>La presencia en el centro de la ciudad le permite ser visibilizado no solo por los medios de prensa, sino por la ciudadanía que transita por el lugar, haciendo que su presencia recuerde a los cajamarquinos que se debe votar por él. Viste con su camisa blanca que lleve el símbolo del partido político y el número 1, además de un pantalón azul, la composición está en plano medio, se utilizó un micrófono solapero para una mejor fidelidad del audio, no se utilizó trípode.</p> <p>La publicación generó 220 likes y 36 me encantas, 60 comentarios y se compartió 66 veces.</p> 
	<b>Reacciones</b> Tres tipos de reacciones es las que demuestran que el producto audiovisual ha calado entre los seguidores (Like – me encanta- me interesa)	<b>Significado:</b> <b>Like:</b> Significa que la publicación fue del agrado de los seguidores, a veces basta con dejar esta reacción y no hace un comentario. Su símbolo es manito arriba. <b>Me encanta:</b> Sentirse identificado con alguna publicación. Su símbolo es un corazón rojo. <b>Me interesa:</b> Que la publicación llama la atención y resulta interesante para los usuarios <b>Tipo:</b> Manito arriba, corazón rojo, carita abrazando un corazón.	
	<b>Compartidas</b> Se compartió entre los usuarios que siguen la página del excandidato al Congreso de la República.	<b>N° Compartidas:</b> Dicha publicación se compartió 66 veces, durante la transmisión en vivo.  <b>Tipo de contenido:</b> Entrevista (Transmisión en vivo) realizada desde la Plaza de Armas de Cajamarca, aquí el excandidato se dirige a la ciudadanía mediante los medios de comunicación de la ciudad de Cajamarca.	

FICHA DE OBSERVACIÓN – N°23			Fecha de publicación del post: 08/04/2021
Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021			
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Resultados de la Observación
<b>Interacción</b> <a href="https://bit.ly/3xouiCc">https://bit.ly/3xouiCc</a>	<b>Comentarios</b> Los comentarios en esta publicación demuestran el apoyo al candidato congresal, esto luego de publicar una anécdota que un exalumno comentó durante la transmisión en vivo de un debate.	<b>Positivos:</b> “Ud. será el próximo congresista por Cajamarca”. “Juan Carlos es la voz, todos a marcar los corazones y escribir el 1” <b>Negativos:</b> No se identifican comentarios negativos en contra de Juan Carlos Díaz <b>Características:</b> Los comentarios demuestran ánimos a pocas horas de las elecciones políticas, algunos de ellos aseguran que Juan Carlos llegará al congreso peruano. <b>Respuestas del candidato:</b> Como en todas sus publicaciones, Juan Carlos Díaz no deja de dar muestras de agradecimiento a quienes le dejan un comentario en sus publicaciones. Esto es clave, ya que ayuda a estar en sintonía con sus seguidores.	Publicar anécdotas en temporada electoral ayuda dinamizar las publicaciones en una red social, porque ayuda a identificarse con los miles de anécdotas que pasan de los ciudadanos de a pie. El comentario del exalumno le sirvió a Juan Carlos para que otros exestudiantes reafirmen la calidad de docente que es en la universidad. Aunque haya desatado risas y comentarios irónicos en la publicación, lo cierto es que le ayudó seguir creciendo en interacciones. La publicación se acompaña con un texto de dos párrafos en la que el excandidato asegura que siempre quiere lo mejor para sus alumnos y que el esfuerzo lo puede todo. La publicación generó 419 likes y 162 me divierte, 65 me encantas, 102 comentarios y se compartió 23 veces.
	<b>Reacciones</b> Tres tipos de reacciones es las que demuestran que el producto audiovisual ha calado entre los seguidores (Like – me encanta- me divierte)	<b>Significado:</b> <b>Like:</b> Significa que la publicación fue del agrado de los seguidores, a veces basta con dejar esta reacción y no hace un comentario. Su símbolo es manito arriba. <b>Me encanta:</b> Sentirse identificado con alguna publicación. Su símbolo es un corazón rojo. <b>Me Divierte:</b> Significa que la publicación de corte alegre, cargado un tono de humor. <b>Tipo:</b> Manito arriba, corazón rojo, carita sonriente.	
	<b>Compartidas</b> Se compartió entre los usuarios que siguen la página del excandidato al Congreso de la República.	<b>N° Compartidas:</b> Dicha publicación se compartió 23 veces, durante la transmisión en vivo. <b>Tipo de contenido:</b> Post acompañado de una captura de la transmisión en vivo de un debate político, el excandidato congresal capturó el comentario de uno de sus exalumnos que escribió “Aunque me haya jalado, Juan Carlos Díaz la mejor opción”	




FICHA DE OBSERVACIÓN – N°24			Fecha de publicación del post: 26/03/2021	
Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021				
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Resultados de la Observación	
Interacción	<b>Comentarios</b> Los comentarios en esta publicación demuestran que los seguidores están de acuerdo con las propuestas de lucha contra la corrupción	<p><b>Positivos:</b> “Totalmente de acuerdo con Ud. Dr” “Necesitamos ponerle freno a la corrupción, Ud. es la mejor opción”</p> <p><b>Negativos:</b> No se identifican comentarios negativos en contra de Juan Carlos Díaz</p> <p><b>Características:</b> Los comentarios demuestran estar de acuerdo con lo que el candidato propone para luchar contra la corrupción en el Perú.</p> <p><b>Respuestas del candidato:</b> Como en todas sus publicaciones, Juan Carlos Díaz no deja de dar muestras de agradecimiento a quienes le dejan un comentario en sus publicaciones. Esto es clave, ya que ayuda a estar en sintonía con sus seguidores.</p>	<p>La lucha contra la corrupción ha sido un tema muy tocado por todos los candidatos presidenciales y al congreso, Juan Carlos saca provecho de su formación como abogado y plantea devolverle la capacidad sancionadora la Contraloría de la República.</p> <p>El excandidato asegura que el Perú pierde millones de soles por la corrupción y eso porque se le quitó la capacidad sancionadora a esta entidad importante del Estado peruano.</p> <p>La composición de la producción audiovisual está en plano medio, el personaje viste una camisa blanca con símbolo del partido político y el número 1. Al fondo está la Contraloría de Cajamarca, para una mejor fidelidad del audio se utilizó un micrófono solapero, se utilizó trípode la iluminación es natural.</p> <p>La publicación generó 329 likes, 121 comentarios y se compartió 73 veces.</p>	
	<b>Reacciones</b> Un tipo de reacción (Like) se evidencia en esta publicación, así mostrando que es del agrado de los seguidores de Juan Carlos Díaz.	<p><b>Significado:</b></p> <p><b>Like:</b> Significa que la publicación fue del agrado de los seguidores, a veces basta con dejar esta reacción y no hace un comentario. Su símbolo es manito arriba.</p> <p><b>Tipo:</b> Manito arriba.</p>		 <p>The screenshot shows a Facebook post from 'Juan Carlos Díaz al Congreso' dated 26 de marzo de 2021. The post title is 'PROPUESTA: LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN...'. The text of the post discusses the General Comptroller of the Republic's inability to sanction public servants who have violated laws or caused economic damage to the state. It states that the Congress has a pending task to restore through a law the faculties of sanctioning to the Comptroller. Below the text is a video thumbnail showing Juan Carlos Díaz, a candidate for congress, wearing a white shirt with a 'PERÚ' logo and the number '1'. The video is set in front of a building, likely the Contraloría de Cajamarca. At the bottom of the screenshot, it shows 329 likes, 121 comments, and 73 shares.</p>
	<b>Compartidas</b> Se compartió entre los usuarios que siguen la página del excandidato al Congreso de la República.	<p><b>N° Compartidas:</b> Dicha publicación se compartió 73 veces.</p> <p><b>Tipo de contenido:</b> Contenido audiovisual realizado para dar a conocer su propuesta sobre la lucha contra la corrupción, exactamente para devolverle la capacidad sancionadora a la Contraloría de la República.</p>		


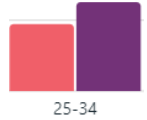



**FICHA DE OBSERVACIÓN – N°25**

Fecha de publicación del post: 09/04/2021

Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021


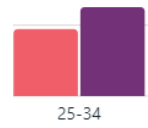

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Resultados de la Observación
<p><b>Interacción</b> <a href="https://bit.ly/3aRTAkt">https://bit.ly/3aRTAkt</a></p>	<p><b>Comentarios</b> Los comentarios en esta publicación son muestras de apoyo a la candidatura de Juan Carlos Díaz, a pocas horas de las elecciones presidenciales y congresales.</p>	<p><b>Positivos:</b> “No se olvide del Perú, el Perú primero” “Digno representante para el congreso por Cajamarca” <b>Negativos:</b> No se identifican comentarios negativos en contra de Juan Carlos Díaz <b>Características:</b> Los comentarios demuestran estar de acuerdo con la hoja de vida del excandidato al congreso, en su mayoría los comentarios son ánimos para su persona. Cada comentario es formal y trata de mantener el respeto frente al político cajamarquino. <b>Respuestas del candidato:</b> Como en todas sus publicaciones, Juan Carlos Díaz no deja de dar muestras de agradecimiento a quienes le dejan un comentario en sus publicaciones. Esto es clave, ya que ayuda a estar en sintonía con sus seguidores aún mejor a pocas horas de las elecciones.</p>	<p>A pocas horas de las elecciones, dar un mensaje a los electores resulta clave, pues es un acto de respeto y consideración por el apoyo brindado. El texto que acompaña a la publicación tiene dos párrafos y resalta el cariño y agradecimiento a la colectividad cajamarquina. En el fondo el objetivo es recordarle a la población que debe votar por Juan Carlos Díaz, apela a lo emocional, pues el producto audiovisual es el último trabajo con respecto a difundir material político. La composición de la producción audiovisual está en plano medio, el personaje viste una camisa blanca con símbolo del partido político y el número 1. Está realizado en la Colina Santa Apolonia de Cajamarca, para una mejor fidelidad del audio se utilizó un micrófono solapero, no se utilizó trípode y la iluminación es natural. La publicación generó 347 likes, 59 me encantas, 7 me importas, 93 comentarios y se compartió 112 veces.</p> 
	<p><b>Reacciones</b> Un tipo de reacción (Like) se evidencia en esta publicación, así mostrando que es del agrado de los seguidores de Juan Carlos Díaz.</p>	<p><b>Significado:</b> <b>Like:</b> Significa que la publicación fue del agrado de los seguidores, a veces basta con dejar esta reacción y no hacer un comentario. Su símbolo es manito arriba. <b>Me encanta:</b> Sentirse identificado con alguna publicación. Su símbolo es un corazón rojo. <b>Me importa:</b> La publicación es de importancia del seguidor e incluso la comparte. <b>Tipo:</b> Manito arriba, corazón rojo, carita abrazando un corazón</p>	
	<p><b>Compartidas</b> Se compartió entre los usuarios que siguen la página del excandidato al Congreso de la República.</p>	<p><b>N° Compartidas:</b> Dicha publicación se compartió 112 veces. <b>Tipo de contenido:</b> Contenido audiovisual realizado para agradecer a su familia, amigos, exalumnos y la colectividad en general a pocas horas de las elecciones, el excandidato resalta el apoyo que ha recibido durante su campaña política y asegura que espera que los cajamarquinos le apoyen con su voto en los próximos días.</p>	

FICHA DE OBSERVACIÓN – N°26			Fecha de publicación del post: 27/03/2021
Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021			
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Resultados de la Observación
<b>Identificación</b> <a href="https://bit.ly/3tvT4iN">https://bit.ly/3tvT4iN</a>	<b>Comentarios</b> Comentarios de los vecinos del excandidato, muchos de ellos ciudadanos del mismo barrio.	<b>Tipos:</b> Comentarios de ánimo en apoyo a la candidatura para Juan Carlos Díaz,  <b>Características:</b> Tienen un carácter informal, amical denotando confianza entre los vecinos y el excandidato al Congreso de la República.	Juan Carlos Díaz ha utilizado su buena reputación entre sus vecinos del barrio para hacer esta publicación, cita las palabras de una vecina y se lee así “Yo, mi familia y mis amigos estamos con Ud. vecino”  El excandidato congresal solo da muestras de agradecimiento y asegura que muchos de sus vecinos le conocen desde que fue muy niño e incluso le han visto jugar a la pelota en el barrio.  Las imágenes dan cuenta de que Juan Carlos Díaz ha recorrido las viviendas de sus vecinos para hablarles de sus propuestas.  El texto que acompaña a la publicación tiene 2 párrafos lo que hace que su lectura sea sencilla entre los seguidores.  Las imágenes tienen medidas de 1440 x 1012. Al pide foto acompaña un banner con el nombre del candidato e invita a marcar el corazón y escribir el 1 el día de las elecciones  La publicación generó 585 likes o me gustas, 23 me encantas, 2 me importas, 114 comentarios y se compartió 115 veces. 
	<b>Reacciones</b> Son símbolos que los usuarios de las redes sociales utilizan para reaccionar a las publicaciones entre ellas está Like, me encanta, me interesa, me importa, me enoja y me divierte.	<b>Positivas:</b> Enmarcan interés por la publicación del excandidato.  <b>Likes:</b> Es el tipo de reacción que supera en cifra a las demás  <b>Me encanta:</b> Es la segunda más utilizada con la que reaccionan los seguidores de Juan Carlos Díaz  <b>Me interesa:</b> Denota interés por el tema publicado, sin embargo, no es la más utilizada entre los seguidores.	
	<b>Población</b> Compuesta por varones y mujeres de las 13 provincias de la región Cajamarca, seguidores de la página de Facebook de Juan Carlos Díaz	<b>Sexo:</b>  <b>Edad:</b> 	
	<b>Mensajería</b> Un casillero que permite a los seguidores dejar sus mensajes por interno y estar en contacto con el excandidato político.	<b>Intensión:</b> Mostrar su respaldo al excandidato al congreso Juan Carlos Díaz de manera privada, muchos de los usuarios no optan por escribir en la caja de comentarios, pero si utilizar la mensajería como otra alternativa.  Mediante ello también se pusieron en contacto con el excandidato al congreso Juan Carlos Díaz  <b>Características:</b> Los mensajes tienen un tono amical, se evidencia el respeto hacia el excandidato y dan muestras de seguir apoyando a Juan Carlos Díaz.	

**FICHA DE OBSERVACIÓN – N°27**

Fecha de publicación del post: 24/03/2021

Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021

Dimensiones	Indicadores	Items	Resultados de la Observación
<b>Identificación</b> <a href="https://bit.ly/3mHhvpv">https://bit.ly/3mHhvpv</a>	<b>Comentarios</b> Comentarios en favor de la candidatura de Juan Carlos Díaz	<b>Tipo:</b> Comentarios de ánimos hacia la candidatura de Juan Carlos Díaz <b>Características:</b> Comentarios que denotan respeto, confianza hacia Juan Carlos Díaz y a su proyecto político.	<p>El objetivo de este post es generar una réplica entre la ciudadanía que también pueden sumarse a la campaña haciendo el efecto multiplicador en otras localidades de la región Cajamarca.</p> <p>Juan Carlos Díaz aprovecha las reuniones comunales de distintas zonas de Cajamarca para hacer llegar sus propuestas de trabajo. El texto que acompaña a la publicación evidencia que la ciudadanía sigue sumándose para apoyar al candidato congresal.</p> <p>Las imágenes tienen medidas de 1440 x 1012. Al pedir foto acompaña un banner con el nombre del candidato e invita a marcar el corazón y escribir el 1 el día de las elecciones</p> <p>El post generó 292 likes o me gustas, 16 me encantas, 1 me importa, 1 me divierte, 44 comentarios y se compartió 127 veces.</p> 
	<b>Reacciones</b> Son símbolos que los usuarios de las redes sociales utilizan para reaccionar a las publicaciones entre ellas está Like, me encanta, me interesa, me importa, me enoja y me divierte.	<b>Positivas:</b> Enmarcan interés por la publicación del excandidato. <b>Likes:</b> Es el tipo de reacción que supera en cifra a las demás <b>Me encanta:</b> Es la segunda más utilizada con la que reaccionan los seguidores de Juan Carlos Díaz <b>Me interesa:</b> Denota interés por el tema publicado, sin embargo, no es la más utilizada entre los seguidores.	
	<b>Población</b> Compuesta por varones y mujeres de las 13 provincias de la región Cajamarca seguidores de la página de Facebook de Juan Carlos Díaz	<b>Edad:</b>  <b>Sexo:</b> 	
<b>Mensajería</b> Un casillero que permite a los seguidores dejar sus mensajes por interno y estar en contacto con el excandidato político.	<b>Intención:</b> Mostrar su respaldo al excandidato al congreso Juan Carlos Díaz de manera privada, muchos de los usuarios no optan por escribir en la caja de comentarios, pero si utilizar la mensajería como otra alternativa. Mediante ello también se pusieron en contacto con el excandidato al congreso Juan Carlos Díaz. <b>Características:</b> Los mensajes tienen un tono amical, se evidencia el respeto hacia el excandidato y dan muestras de seguir apoyando a Juan Carlos Díaz.		

**FICHA DE OBSERVACIÓN – N°28**

Fecha de publicación del post: 23/03/2021

Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021


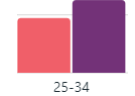

Dimensiones	Indicadores	Items	Resultados de la Observación
<p><b>Identificación</b> <a href="https://bit.ly/3Nc5m77">https://bit.ly/3Nc5m77</a></p>	<p><b>Comentarios</b> Comentarios en favor de la candidatura de Juan Carlos Díaz</p>	<p><b>Tipo:</b> Comentarios con tonos alegres y deseando lo mejor para una bebé que está en camino. <b>Características:</b> Comentarios que denotan respeto, amor a la familia y la alegría ante la llegada de un nuevo ser.</p>	<p>Con esta publicación el candidato trata de transmitir el amor que tiene por su familia, le resulta beneficioso hacerlo a pocos días del nacimiento de su pequeña hija, de tal manera que sus seguidores sientan la ternura y los demuestren en los comentarios.</p>
	<p><b>Reacciones</b> Son símbolos que los usuarios de las redes sociales utilizan para reaccionar a las publicaciones entre ellas está Like, me encanta, me interesa, me importa, me enoja y me divierte.</p>	<p><b>Positivas:</b> Enmarcan interés por la publicación del excandidato. <b>Likes:</b> Es el tipo de reacción que supera en cifra a las demás <b>Me encanta:</b> Es la segunda más utilizada con la que reaccionan los seguidores de Juan Carlos Díaz <b>Me interesa:</b> Denota interés por el tema publicado, sin embargo, no es la más utilizada entre los seguidores.</p>	<p>El texto que acompaña a la publicación dice “Gracias a Dios por una nueva vida” y así Juan Carlos agradece a Dios por este hermoso regalo. La imagen evidencia al excandidato tomando una pequeña que será para su pequeña hija que está en camino. La imagen tiene medidas de 1440 x 1012, está en plano, tiene luz natural y no existe el ruido fotográfico. El post generó 667 likes o me gustas, 195 me encantas, 15 me importa, 1 me divierte, 325 comentarios y se compartió 6 veces.</p>
	<p><b>Población</b> Compuesta por varones y mujeres de las 13 provincias de la región Cajamarca seguidores de la página de Facebook de Juan Carlos Díaz</p>	<p><b>Edad:</b>  <b>Sexo:</b> </p>	 <p>Me gusta Responder 1 años</p> <p>Me gusta Responder 1 años</p> <p>Me gusta Responder 1 años</p> <p>Me gusta Responder 1 años</p>
<p><b>Mensajería</b> Un casillero que permite a los seguidores dejar sus mensajes por interno y estar en contacto con el excandidato político.</p>	<p><b>Intención:</b> Mostrar su respaldo al excandidato al congreso Juan Carlos Díaz de manera privada, muchos de los usuarios no optan por escribir en la caja de comentarios, pero si utilizar la mensajería como otra alternativa. Mediante ello también se pusieron en contacto con el excandidato al congreso Juan Carlos Díaz. <b>Características:</b> Los mensajes tienen un tono amical, se evidencia el respeto hacia el excandidato y dan muestras de seguir apoyando a Juan Carlos Díaz.</p>	<p>Yo vivo en Cajamarca y le adjunto la cédula en donde le indico cómo votar por mí.</p> <p>880      325 comentarios 6 veces compartido</p>	



**FICHA DE OBSERVACIÓN – N°29**

Fecha de publicación del post: 21/03/2021

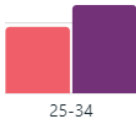

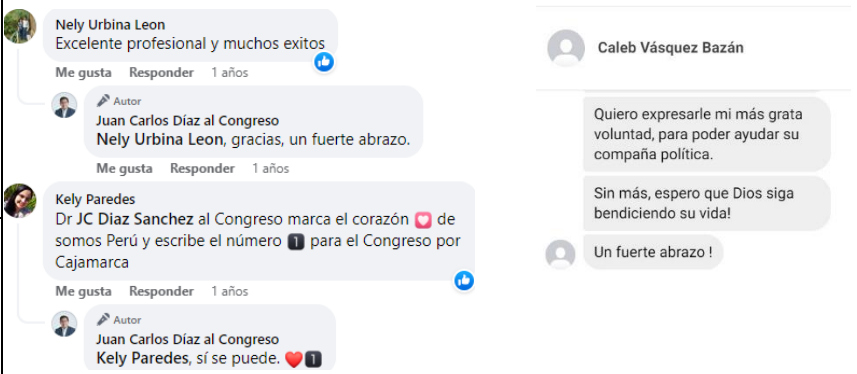
Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021

Dimensiones	Indicadores	Items	Resultados de la Observación
<b>Identificación</b> <a href="https://bit.ly/3zLXVjM">https://bit.ly/3zLXVjM</a>	<b>Comentarios</b> Comentarios en favor de la candidatura de Juan Carlos Díaz	<b>Tipo:</b> Comentarios de ánimos hacia la candidatura de Juan Carlos Díaz <b>Características:</b> Comentarios que denotan respeto, confianza hacia Juan Carlos Díaz y a su proyecto político.	<p>El excandidato al congreso por la región Cajamarca informa a sus seguidores que estudiantes y profesionales se van sumando a su proyecto político, agradece por este gesto a los cajamarquinos.</p> <p>El texto que acompaña a la publicación se lee “A PASO DE VENCEDORES. Hoy fui testigo de cómo más y más jóvenes profesionales y estudiantes universitarios, se suman en respaldo a mi candidatura.</p> <p>Son 12 imágenes que acompañan la publicación y tienen medidas de 1440 x 1012. Están en plano general para evidenciar el masivo apoyo de multitud hacia el excandidato político. Juan Carlos se destaca ante los demás vistiendo una camisa blanca con el símbolo del partido político y un pantalón azul, colores corporativos del grupo político Somos Perú.</p> <p>El post generó 299 likes o me gustas, 25 me encantas, 1 me importa, 1 me divierte, 56 comentarios y se compartió 105 veces.</p> 
	<b>Reacciones</b> Son símbolos que los usuarios de las redes sociales utilizan para reaccionar a las publicaciones entre ellas está Like, me encanta, me interesa, me importa, me enoja y me divierte.	<b>Positivas:</b> Enmarcan interés por la publicación del excandidato. <b>Likes:</b> Es el tipo de reacción que supera en cifra a las demás <b>Me encanta:</b> Es la segunda más utilizada con la que reaccionan los seguidores de Juan Carlos Díaz <b>Me interesa:</b> Denota interés por el tema publicado, sin embargo, no es la más utilizada entre los seguidores.	
	<b>Población</b> Compuesta por varones y mujeres de las 13 provincias de la región Cajamarca seguidores de la página de Facebook de Juan Carlos Díaz	<b>Edad:</b>  <b>Sexo:</b> 	
<b>Mensajería</b> Un casillero que permite a los seguidores dejar sus mensajes por interno y estar en contacto con el excandidato político.	<b>Intensión:</b> Mostrar su respaldo al excandidato al congreso Juan Carlos Díaz de manera privada, muchos de los usuarios no optan por escribir en la caja de comentarios, pero si utilizar la mensajería como otra alternativa. Mediante ello también se pusieron en contacto con el excandidato al congreso Juan Carlos Díaz. <b>Características:</b> Los mensajes tienen un tono amical, se evidencia el respeto hacia el excandidato y dan muestras de seguir apoyando a Juan Carlos Díaz.		

**FICHA DE OBSERVACIÓN – N°30**

Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021

**Fecha de publicación del post: 09/04/2021**

Dimensiones	Indicadores	Items	Resultados de la Observación
<b>Identificación</b> <a href="https://bit.ly/3zQ3Ww2">https://bit.ly/3zQ3Ww2</a>	<b>Comentarios</b> Comentarios en favor de la candidatura de Juan Carlos Díaz	<b>Tipo:</b> Comentarios de apoyo al proyecto político de Juan Carlos Díaz <b>Características:</b> Comentarios que denotan el respeto a la trayectoria profesional y política del abogado cajamarquino.	A pocas horas de las elecciones presidenciales y congresales, Juan Carlos Díaz hace recordar a sus seguidores sobre su vida resumida en un pequeño producto audiovisual. En ella resalta la trayectoria personal y profesional del político cajamarquino.
	<b>Reacciones</b> Son símbolos que los usuarios de las redes sociales utilizan para reaccionar a las publicaciones entre ellas está Like, me encanta, me interesa, me importa, me enoja y me divierte.	<b>Positivas:</b> Enmarcan interés por la publicación del excandidato. <b>Likes:</b> Es el tipo de reacción que supera en cifra a las demás <b>Me encanta:</b> Es la segunda más utilizada con la que reaccionan los seguidores de Juan Carlos Díaz <b>Me interesa:</b> Denota interés por el tema publicado, sin embargo, no es la más utilizada entre los seguidores.	El objetivo es presentarse ante sus seguidores como la mejor opción frente a sus rivales políticos en el proceso electoral. El texto que acompaña a la publicación dice “Este domingo tenemos la responsabilidad de elegir a nuestros congresistas por Cajamarca, es importante conocer a quienes daremos nuestro voto de confianza” El video está en formato MPG 4 en las medidas 1920 x 1080, es un producto hecho a base de animaciones con texto e imágenes, tiene una voz en off que relata la trayectoria de Juan Carlos Díaz
	<b>Población</b> Compuesta por varones y mujeres de las 13 provincias de la región Cajamarca seguidores de la página de Facebook de Juan Carlos Díaz	<b>Edad:</b>  <b>Sexo:</b> 	El post generó 302 likes o me gustas, 44 me encantas, 2 me importa, 1 me divierte, 59 comentarios y se compartió 118 veces.
<b>Mensajería</b> Un casillero que permite a los seguidores dejar sus mensajes por interno y estar en contacto con el excandidato político.	<b>Intensión:</b> Mostrar su respaldo al excandidato al congreso Juan Carlos Díaz de manera privada, muchos de los usuarios no optan por escribir en la caja de comentarios, pero si utilizar la mensajería como otra alternativa. Mediante ello también se pusieron en contacto con el excandidato al congreso Juan Carlos Díaz. <b>Características:</b> Los mensajes tienen un tono amical, se evidencia el respeto hacia el excandidato y dan muestras de seguir apoyando a Juan Carlos Díaz.	 <p> <b>Comentarios:</b>            Nely Urbina Leon: Excelente profesional y muchos exitos            Autor: Juan Carlos Díaz al Congreso: Nely Urbina Leon, gracias, un fuerte abrazo.            Kely Paredes: Dr JC Diaz Sanchez al Congreso marca el corazón de somos Perú y escribe el número para el Congreso por Cajamarca            Autor: Juan Carlos Díaz al Congreso: Kely Paredes, sí se puede.         </p> <p> <b>Reacciones:</b> 353  <b>Comentarios:</b> 59  <b>Compartido:</b> 118 veces         </p>	

Añadido a las fichas de observación, el tesista también aplicó una encuesta en la Escala de Likert, esta se aplicó a 367 seguidores de la página de Facebook Juan Carlos Díaz al Congreso con el objetivo de conocer el nivel de influencia que tuvieron las publicaciones del excandidato al Congreso de la República.

Aquí el resumen de las respuestas a las 21 preguntas planteadas

**Tabla N°1**

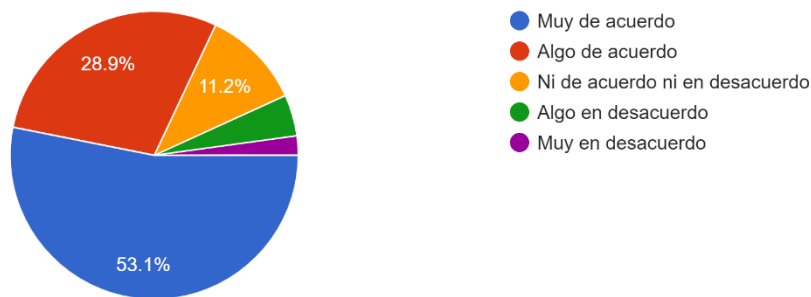
*Facebook fue una buena fuente para informarme sobre el candidato al congreso Juan Carlos Díaz*

<i>Alternativa</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy de acuerdo</i>	<i>194</i>	<i>53 %</i>
<i>Algo de acuerdo</i>	<i>106</i>	<i>29%</i>
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	<i>41</i>	<i>11.2%</i>
<i>Algo en desacuerdo</i>	<i>17</i>	<i>4.6%</i>
<i>Muy en desacuerdo</i>	<i>8</i>	<i>2.2%</i>

*Fuente: Elaboración propia con procesamiento de datos en SPSS (2022)*

**Figura N°1**

1. Facebook fue una buena fuente para informarme sobre el candidato al congreso Juan Carlos Díaz  
367 respuestas



*Fuente: Procesamiento de encuesta*

**Interpretación**

Según el gráfico N°1 se observa que el 53% de los seguidores de la página de Juan Carlos Díaz al Congreso consideraron a Facebook como una buena fuente la informarse sobre el candidato al Congreso de la República, el 29% se mostró algo de acuerdo con este medio, el 11.2% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 4.6% aseguró estar algo en desacuerdo y el 2.2% se mostró muy en desacuerdo en que Facebook haya servido para informarse sobre el excandidato Juan Carlos Díaz.

## Tabla N°2

Fue relevante la información que hizo el candidato al congreso Juan Carlos Díaz a través de Facebook

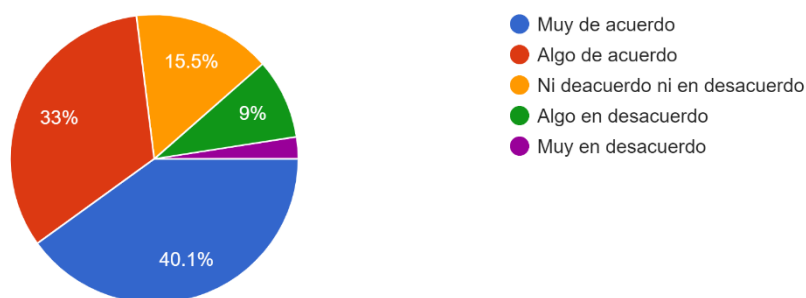
<i>Alternativa</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy de acuerdo</i>	147	40.1 %
<i>Algo de acuerdo</i>	121	33%
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	57	15.5%
<i>Algo en desacuerdo</i>	33	9%
<i>Muy en desacuerdo</i>	9	2.5%

Fuente: Elaboración propia con procesamiento de datos en SPSS (2022)

## Figura N°2

2. Fue relevante la información que hizo el candidato al congreso Juan Carlos Díaz a través de Facebook.

367 respuestas



Fuente: Procesamiento de encuesta

## Interpretación

Según el gráfico N°2 se observa que el 40.1% de los seguidores de la página de Juan Carlos Díaz al Congreso consideraron que la información publicada por el excandidato fue relevante, el 33% se mostró algo de acuerdo con este planteamiento, el 15.5% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 9% aseguró estar algo en desacuerdo y el 2.5% se mostró muy en desacuerdo en que la información difundida a través de la página del excandidato hay sido relevante.

### Tabla N°3

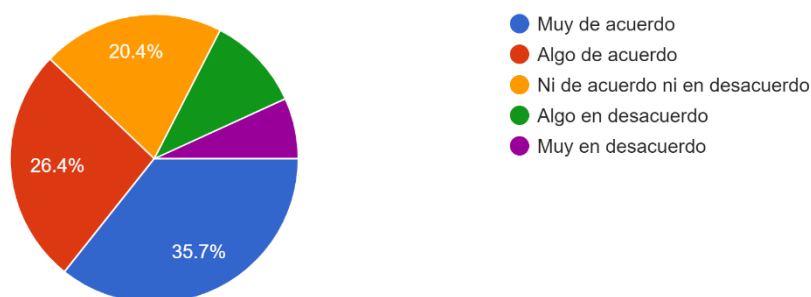
*Me sentí identificado con los contenidos difundidos por el excandidato Juan Carlos Díaz*

<i>Alternativa</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy de acuerdo</i>	<i>131</i>	<i>35.7 %</i>
<i>Algo de acuerdo</i>	<i>97</i>	<i>26.4%</i>
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	<i>75</i>	<i>20.4%</i>
<i>Algo en desacuerdo</i>	<i>39</i>	<i>10.6%</i>
<i>Muy en desacuerdo</i>	<i>25</i>	<i>6.8%</i>

*Fuente: Elaboración propia con procesamiento de datos en SPSS (2022)*

### Figura N°3

3. Me sentí identificado con los contenidos difundidos por el excandidato Juan Carlos Díaz  
 367 respuestas



*Fuente: Procesamiento de encuesta*

### Interpretación

Según el gráfico N°3 se observa que el 35.7% de los seguidores de la página de Juan Carlos Díaz al Congreso consideraron que se sintieron identificados con los contenidos difundidos por el excandidato político, el 26.4% se mostró algo de acuerdo con este planteamiento, el 20.4% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 10.6% aseguró estar algo en desacuerdo y el 6.8% se mostró muy en desacuerdo en que se hayan sentido identificados con los contenidos difundidos por el excandidato al Congreso de la República.

### Tabla N°4

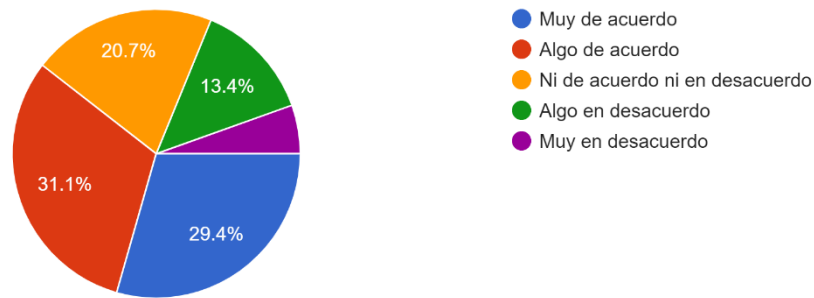
*Las publicaciones de Facebook de este excandidato generaron en mí interacción*

<i>Alternativa</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy de acuerdo</i>	108	20.4 %
<i>Algo de acuerdo</i>	114	31.1 %
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	76	20.7%
<i>Algo en desacuerdo</i>	49	13.4%
<i>Muy en desacuerdo</i>	20	5.4%

*Fuente: Elaboración propia con procesamiento de datos en SPSS (2022)*

#### **Figura N°4**

4. Las publicaciones de Facebook de este excandidato generaron en mí interacción  
367 respuestas



*Fuente: Procesamiento de encuesta*

#### **Interpretación**

Según el gráfico N°4 se observa que el 29.4.7% de los seguidores de la página de Juan Carlos Díaz al Congreso consideraron que interactuaron con los contenidos difundidos por el excandidato político, el 31.1% se mostró algo de acuerdo con este planteamiento, el 20.7% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 13.4% aseguró estar algo en desacuerdo y el 5.4% se mostró muy en desacuerdo en que hayan interactuado con los contenidos difundidos por el excandidato al Congreso de la República.

**Tabla N°5**

*Considero útil todo el contenido de Facebook durante la campaña política del 2021*

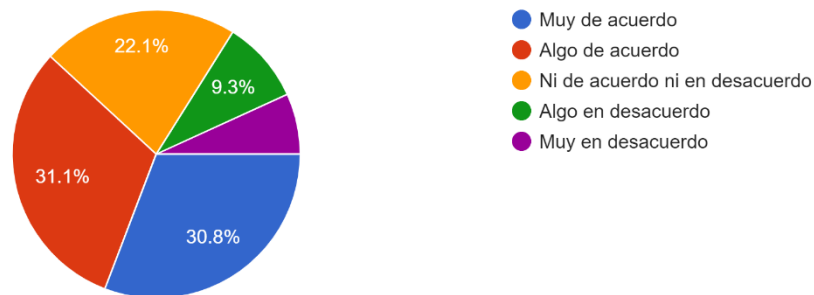
<i>Alternativa</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy de acuerdo</i>	<i>113</i>	<i>30.8 %</i>
<i>Algo de acuerdo</i>	<i>114</i>	<i>31.1 %</i>
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	<i>81</i>	<i>22.1%</i>
<i>Algo en desacuerdo</i>	<i>34</i>	<i>9.3%</i>
<i>Muy en desacuerdo</i>	<i>25</i>	<i>6.8%</i>

*Fuente: Elaboración propia con procesamiento de datos en SPSS (2022)*

**Figura N°5**

*Fuente: Procesamiento de encuesta*

5. Considero útil todo el contenido de Facebook durante la campaña política del 2021  
 367 respuestas


**Interpretación**

Según el gráfico N°5 se observa que el 30.8% de los seguidores de la página de Juan Carlos Díaz al Congreso consideraron útil el contenido que publicaba el excandidato Juan Carlos Díaz en su página de Facebook, el 31.1% se mostró algo de acuerdo con este planteamiento, el 22.1% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 9.3% aseguró estar algo en desacuerdo y el 6.8% se mostró muy en desacuerdo en que los contenidos difundidos por el excandidato al Congreso de la República hayan sido útiles.

### Tabla N°6

*Aún recuerdo el símbolo o la marca política del partido político del candidato al congreso de Juan Carlos Díaz Sánchez*

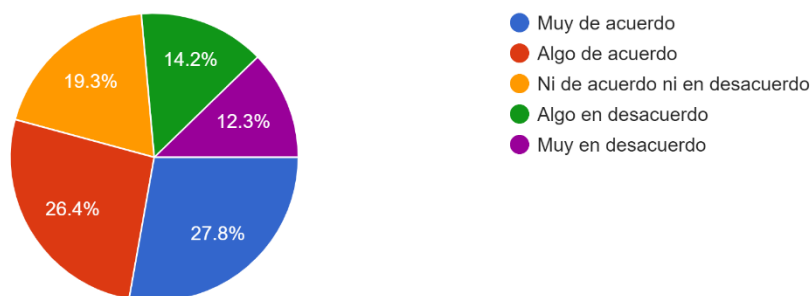
<i>Alternativa</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy de acuerdo</i>	102	27.8 %
<i>Algo de acuerdo</i>	97	26.4 %
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	71	19.3%
<i>Algo en desacuerdo</i>	52	14.2%
<i>Muy en desacuerdo</i>	45	12.3%

*Fuente: Elaboración propia con procesamiento de datos en SPSS (2022)*

### Figura N°6

6. Aún recuerdo el símbolo o la marca política del partido político del candidato al congreso de Juan Carlos Díaz Sánchez.

367 respuestas



*Fuente: Procesamiento de encuesta*

### Interpretación

Según el gráfico N°6 se observa que el 27.8% de los seguidores de la página de Juan Carlos Díaz al Congreso consideraran que aún recuerdan el símbolo o marca política por el cual postuló el excandidato, el 26.4% se mostró algo de acuerdo con este planteamiento, el 19.3% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 14.2% aseguró estar algo en desacuerdo y el 12.3% se mostró muy en desacuerdo en que recuerden el símbolo o la marca política del excandidato al Congreso de la República.



**Tabla N°7**

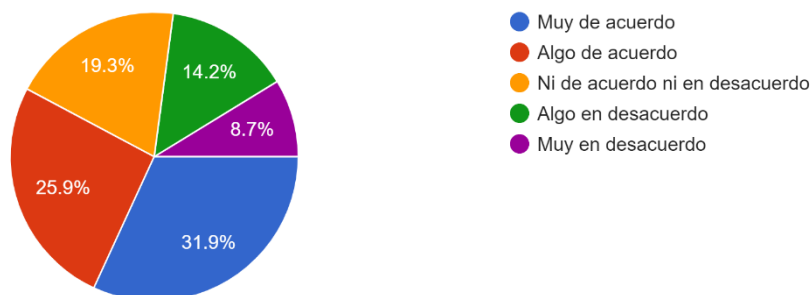
*Reaccionaba de manera positiva al contenido del excandidato político Juan Carlos Díaz*

<i>Alternativa</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy de acuerdo</i>	<i>117</i>	<i>31.9 %</i>
<i>Algo de acuerdo</i>	<i>95</i>	<i>25.9 %</i>
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	<i>71</i>	<i>19.3%</i>
<i>Algo en desacuerdo</i>	<i>52</i>	<i>14.2%</i>
<i>Muy en desacuerdo</i>	<i>32</i>	<i>8.7%</i>

*Fuente: Elaboración propia con procesamiento de datos en SPSS (2022)*

**Figura N°7**

7 .Reaccionaba de manera positiva al contenido del excandidato político Juan Carlos Díaz  
367 respuestas



*Fuente: Procesamiento de encuesta*

### **Interpretación**

Según el gráfico N°7 se observa que el 31.9% de los seguidores de la página de Juan Carlos Díaz al Congreso consideraron que reaccionar de manera positiva a contenido que publicaba el excandidato al congreso, el 25.9% se mostró algo de acuerdo con este planteamiento, el 19.3% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 14.2% aseguró estar algo en desacuerdo y el 8.7% se mostró muy en desacuerdo en que hayan reaccionado de manera sus contenidos.

**Tabla N°8**

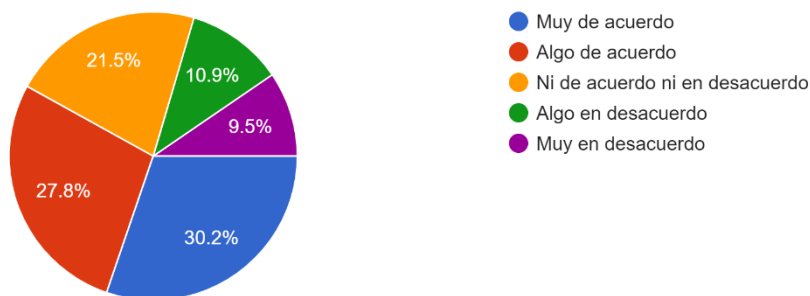
*Considero que este candidato político hizo una buena campaña electoral en Facebook*

<i>Alternativa</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy de acuerdo</i>	<i>111</i>	<i>30.2%</i>
<i>Algo de acuerdo</i>	<i>102</i>	<i>27.8%</i>
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	<i>79</i>	<i>21.5%</i>
<i>Algo en desacuerdo</i>	<i>40</i>	<i>10.9%</i>
<i>Muy en desacuerdo</i>	<i>35</i>	<i>9.5%</i>

*Fuente: Elaboración propia con procesamiento de datos en SPSS (2022)*

**Figura N°8**

8. Considero que este candidato político hizo una buena campaña electoral en Facebook  
367 respuestas



*Fuente: Procesamiento de encuesta*

**Interpretación**

Según el gráfico N°8 se observa que el 30.2% de los seguidores de la página de Juan Carlos Díaz al Congreso consideraran que el excandidato hizo una buena campaña en Facebook, el 27.8% se mostró algo de acuerdo con este planteamiento, el 21.5% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 10.9% aseguró estar algo en desacuerdo y el 9.5% se mostró muy en desacuerdo en que Juan Carlos Díaz haya hecho una buena campaña en Facebook.

**Tabla N°9**

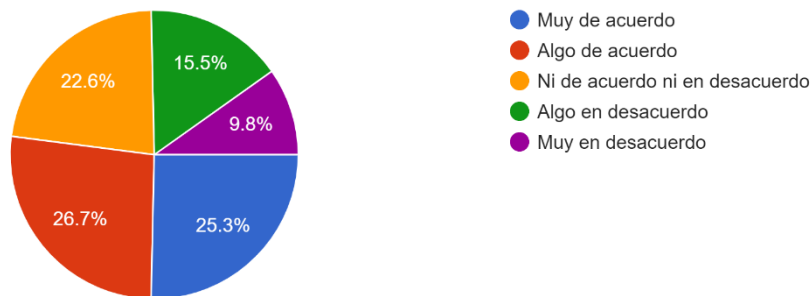
*El candidato interactuaba con los usuarios mediante la página de Facebook*

<i>Alternativa</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy de acuerdo</i>	93	25.3%
<i>Algo de acuerdo</i>	98	26.7%
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	83	22.6%
<i>Algo en desacuerdo</i>	57	15.5%
<i>Muy en desacuerdo</i>	36	9.8%

*Fuente: Elaboración propia con procesamiento de datos en SPSS (2022)*

### **Tabla N°9**

9. El candidato interactuaba con los usuarios mediante la página de Facebook  
367 respuestas



*Fuente: Procesamiento de encuesta*

### **Interpretación**

Según el gráfico N°9 se observa que el 25.3% de los seguidores de la página de Juan Carlos Díaz al Congreso consideraran que el excandidato con los usuarios mediante su página de Facebook, el 26.7% se mostró algo de acuerdo con este planteamiento, el 22.6% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 15.5% aseguró estar algo en desacuerdo y el 9.8% se mostró muy en desacuerdo en que Juan Carlos Díaz interactuaba con los usuarios de su página de Facebook.

**Tabla N°10**

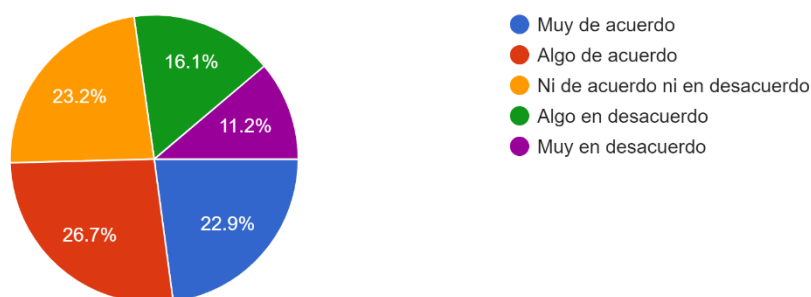
*Los contenidos fueron elaborados pensando el público elector*

<i>Alternativa</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy de acuerdo</i>	84	22.9%
<i>Algo de acuerdo</i>	98	26.7%
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	85	23.2%
<i>Algo en desacuerdo</i>	59	16.1%
<i>Muy en desacuerdo</i>	41	11.2%

*Fuente: Elaboración propia con procesamiento de datos en SPSS (2022)*

**Tabla N°10**

10. Los contenidos fueron elaborados pensando el público elector  
367 respuestas



*Fuente: Procesamiento de encuesta*

**Interpretación**

Según el gráfico N°10 se observa que el 22.9% de los seguidores de la página de Juan Carlos Díaz al Congreso consideran que los contenidos fueron elaborados pensando en el público elector, el 26.7% se mostró algo de acuerdo con este planteamiento, el 23.2% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 16.1% aseguró estar algo en desacuerdo y 11.2el% se mostró muy en desacuerdo en que se elaboraron contenidos pensando en el público elector.

**Tabla N°11**

*Me resultó fácil entender sus contenidos gráficos (fotos, flyers, afiches, imágenes)*

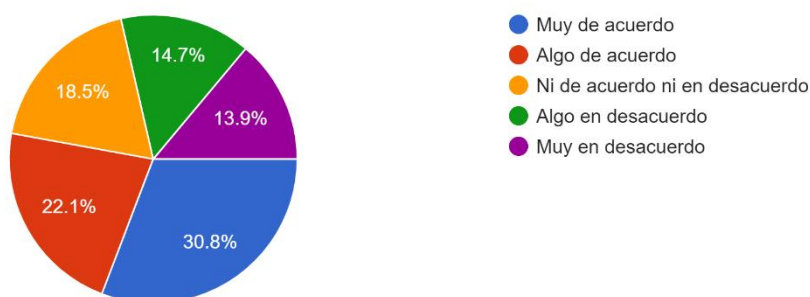
<i>Alternativa</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy de acuerdo</i>	<i>113</i>	<i>30.8%</i>
<i>Algo de acuerdo</i>	<i>81</i>	<i>22.1%</i>
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	<i>68</i>	<i>18.5%</i>
<i>Algo en desacuerdo</i>	<i>54</i>	<i>14.7%</i>
<i>Muy en desacuerdo</i>	<i>51</i>	<i>13.9%</i>

*Fuente: Elaboración propia con procesamiento de datos en SPSS (2022)*

**Figura N°11**

11. Me resultó fácil entender sus contenidos gráficos (fotos, flyers, afiches, imágenes)

367 respuestas



*Fuente: Procesamiento de encuesta*

### **Interpretación**

Según el gráfico N°11 se observa que el 30.8% de los seguidores de la página de Juan Carlos Díaz al Congreso consideraran que resultó fácil entender sus contenidos gráficos, el 22.1% se mostró algo de acuerdo con este planteamiento, el 18.5% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 14.7% aseguró estar algo en desacuerdo y el 13.9% se mostró muy en desacuerdo en que resultó fácil entender sus contenidos gráficos.

**Tabla N°12**

*Me resultó fácil entender sus contenidos audiovisuales (gifs – videos)*

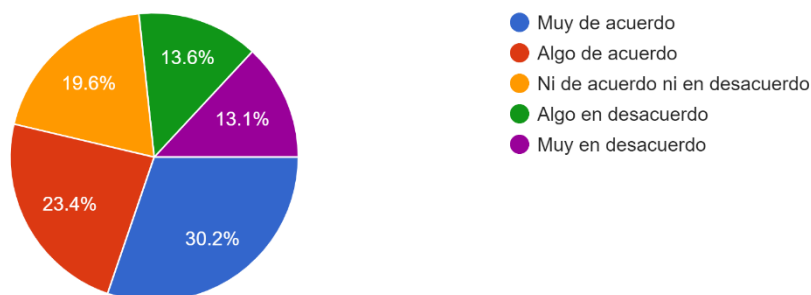
<i>Alternativa</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy de acuerdo</i>	<i>111</i>	<i>30.2%</i>
<i>Algo de acuerdo</i>	<i>86</i>	<i>23.4%</i>
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	<i>72</i>	<i>16.9%</i>
<i>Algo en desacuerdo</i>	<i>50</i>	<i>13.6%</i>
<i>Muy en desacuerdo</i>	<i>48</i>	<i>13.1%</i>

*Fuente: Elaboración propia con procesamiento de datos en SPSS (2022)*

**Figura N°12**

12. Me resultó fácil entender sus contenidos audiovisuales (gifs – videos)

367 respuestas



*Fuente: Procesamiento de encuesta*

### **Interpretación**

Según el gráfico N°12 se observa que el 30.2% de los seguidores de la página de Juan Carlos Díaz al Congreso consideraran que resultó fácil entender sus contenidos audiovisuales, el 23.4% se mostró algo de acuerdo con este planteamiento, el 19.6% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 13.6% aseguró estar algo en desacuerdo y el 13.1% se mostró muy en desacuerdo en que resultó fácil entender sus contenidos audiovisuales.

**Tabla N°13**

*El candidato Juan Carlos Díaz Sánchez publicaba información constante durante la campaña política del 2021*

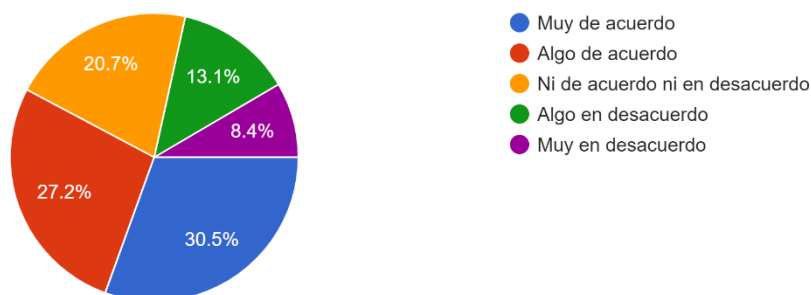
<i>Alternativa</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy de acuerdo</i>	112	30.5%
<i>Algo de acuerdo</i>	100	27.2%
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	76	20.7%
<i>Algo en desacuerdo</i>	48	13.1%
<i>Muy en desacuerdo</i>	31	8.4%

*Fuente: Elaboración propia con procesamiento de datos en SPSS (2022)*

### Figura N°13

*Fuente: Procesamiento de encuesta*

13. El candidato Juan Carlos Díaz Sánchez publicaba información constante durante la campaña política del 2021  
367 respuestas



### Interpretación

Según el gráfico N°13 se observa que el 30.5% de los seguidores de la página de Juan Carlos Díaz al Congreso consideran el excandidato publicaba información constante durante la campaña política, el 27.2% se mostró algo de acuerdo con este planteamiento, el 20.7% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 13.1% aseguró estar algo en desacuerdo y el 8.4% se mostró muy en desacuerdo en que el excandidato haya publicado información constante durante su campaña política.

**Tabla N°14**

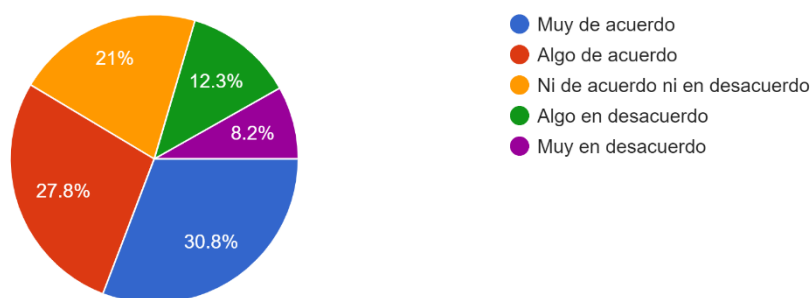
*Tuvo influencia en mi voto las publicaciones en Facebook del candidato al congreso Juan Carlos Díaz Sánchez*

<i>Alternativa</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy de acuerdo</i>	113	30.8%
<i>Algo de acuerdo</i>	102	27.8%
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	77	21%
<i>Algo en desacuerdo</i>	45	12.3%
<i>Muy en desacuerdo</i>	30	8.2%

*Fuente: Elaboración propia con procesamiento de datos en SPSS (2022)*

**Figura N°14**

14. Tuvo influencia en mi voto las publicaciones en Facebook del candidato al congreso Juan Carlos Díaz Sánchez.  
367 respuestas



*Fuente: Procesamiento de encuesta*

**Interpretación**

Según el gráfico N°14 se observa que el 30.8% de los seguidores de la página de Juan Carlos Díaz al Congreso consideran que tuvo influencia en su voto las publicaciones del excandidato, el 27.8% se mostró algo de acuerdo con este planteamiento, el 21% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 12.3% aseguró estar algo en desacuerdo y el 8.2% se mostró muy en desacuerdo en que las publicaciones del excandidato hayan influido en su voto.



### Tabla N°15

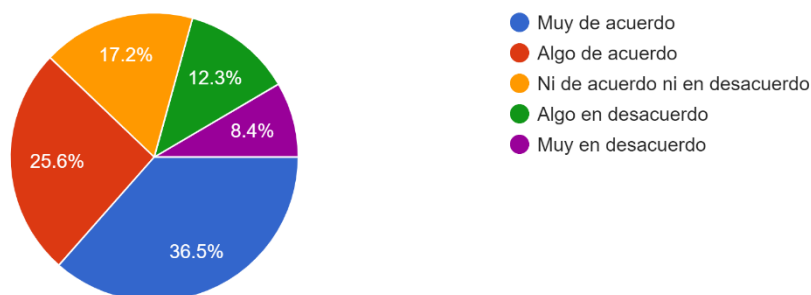
*Los contenidos publicados por Juan Carlos Díaz se diferenciaron de otros candidatos políticos*

<i>Alternativa</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy de acuerdo</i>	134	36.5%
<i>Algo de acuerdo</i>	94	25.6%
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	63	17.2%
<i>Algo en desacuerdo</i>	45	12.3%
<i>Muy en desacuerdo</i>	31	8.4%

*Fuente: Elaboración propia con procesamiento de datos en SPSS (2022)*

### Figura N° 15

15. Los contenidos publicados por Juan Carlos Díaz se diferenciaron de otros candidatos políticos  
 367 respuestas



*Fuente: Procesamiento de encuesta*

### Interpretación

Según el gráfico N°15 se observa que el 30.5% de los seguidores de la página de Juan Carlos Díaz al Congreso consideran que los contenidos publicados se diferenciaron de otros candidatos políticos, el 25.6% se mostró algo de acuerdo con este planteamiento, el 17.2% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 12.3% aseguró estar algo en desacuerdo y el 8.4% se mostró muy en desacuerdo en que las publicaciones del excandidato se hayan diferenciado de otros candidatos políticos.

**Tabla N°16**

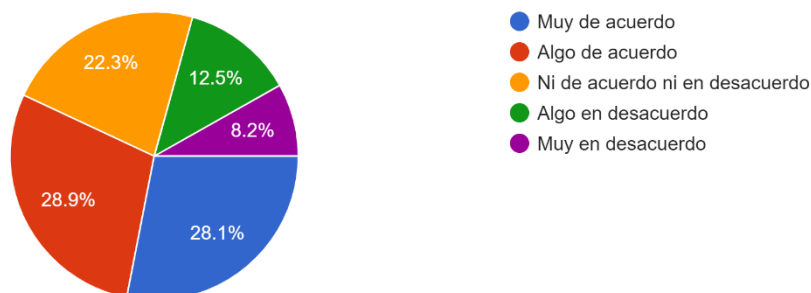
*Juan Carlos Díaz Sánchez sigue difundiendo información política por su página de Facebook*

<i>Alternativa</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy de acuerdo</i>	103	28.1%
<i>Algo de acuerdo</i>	106	28.9%
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	82	22.3%
<i>Algo en desacuerdo</i>	46	12.5%
<i>Muy en desacuerdo</i>	30	8.2%

*Fuente: Elaboración propia con procesamiento de datos en SPSS (2022)*

**Figura N°16**

16. Juan Carlos Díaz Sánchez sigue difundiendo información política por su página de Facebook.  
367 respuestas



*Fuente: Procesamiento de encuesta*

### **Interpretación**

Según el gráfico N°16 se observa que el 28.1% de los seguidores de la página de Juan Carlos Díaz al Congreso consideran que el excandidato al congreso sigue difundiendo información política, el 28.9% se mostró algo de acuerdo con este planteamiento, el 22.3% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 12.5% aseguró estar algo en desacuerdo y el 8.2% se mostró muy en desacuerdo en que el excandidato siga difundiendo información política por su página de Facebook.

**Tabla N°17**

*Facebook es útil para informarte sobre política*

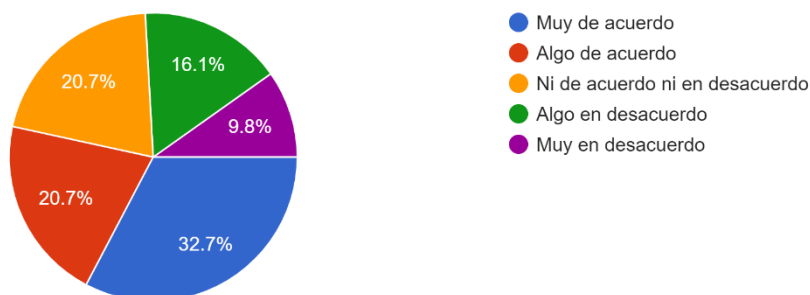
<i>Alternativa</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy de acuerdo</i>	120	32.7%
<i>Algo de acuerdo</i>	76	20.7%
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	76	20.7%
<i>Algo en desacuerdo</i>	59	16.1%
<i>Muy en desacuerdo</i>	36	9.8%

*Fuente: Elaboración propia con procesamiento de datos en SPSS (2022)*

**Figura N°17**

17. Facebook es útil para informarte sobre política.

367 respuestas



*Fuente: Procesamiento de encuesta*

### **Interpretación**

Según el gráfico N°17 se observa que el 32.7% de los seguidores de la página de Juan Carlos Díaz al Congreso consideran que Facebook es útil para informarse sobre política, el 20.7% se mostró algo de acuerdo con este planteamiento, el 20.7% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 16.1% aseguró estar algo en desacuerdo y el 9.8% se mostró muy en desacuerdo en que Facebook sea útil para informarse sobre política.

**Tabla N°18**

*Debería mejorar sus estrategias y contenidos digitales en Facebook el excandidato al congreso Juan Carlos Díaz pensando en elecciones futuras*

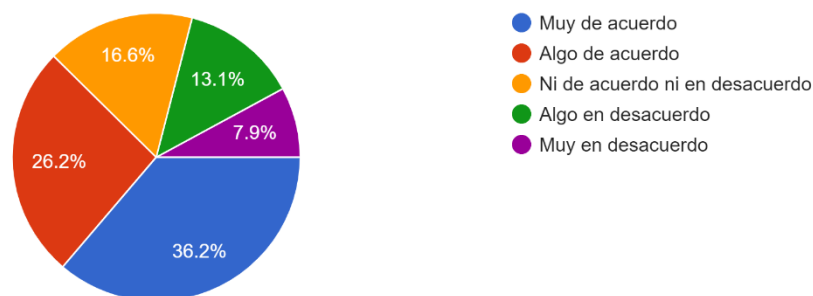
<i>Alternativa</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy de acuerdo</i>	133	36.2%
<i>Algo de acuerdo</i>	96	26.2%
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	61	16.6%
<i>Algo en desacuerdo</i>	48	13.1%
<i>Muy en desacuerdo</i>	29	7.9%

*Fuente: Elaboración propia con procesamiento de datos en SPSS (2022)*

**Figura N°18**

18. Debería mejorar sus estrategias y contenidos digitales en Facebook el excandidato al congreso Juan Carlos Díaz pensando en elecciones futuras.

367 respuestas



*Fuente: Procesamiento de encuesta*

### **Interpretación**

Según el gráfico N°18 se observa que el 36.2% de los seguidores de la página de Juan Carlos Díaz al Congreso consideran que el excandidato debe mejorar sus estrategias digitales en Facebook pensando en las futuras elecciones, el 26.2% se mostró algo de acuerdo con este planteamiento, el 16.6% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 13.1% aseguró estar algo en desacuerdo y el 7.9% se mostró muy en desacuerdo en que el excandidato debería mejorar sus estrategias pensando en futuras elecciones.

**Tabla N°19**

*Resultó fácil identificarlo en las urnas de votación a este candidato político gracias a la información difundida en su cuenta de Facebook*

<i>Alternativa</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy de acuerdo</i>	<i>139</i>	<i>37.9%</i>
<i>Algo de acuerdo</i>	<i>85</i>	<i>23.2%</i>
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	<i>61</i>	<i>16.6%</i>
<i>Algo en desacuerdo</i>	<i>44</i>	<i>12%</i>
<i>Muy en desacuerdo</i>	<i>38</i>	<i>10.4%</i>

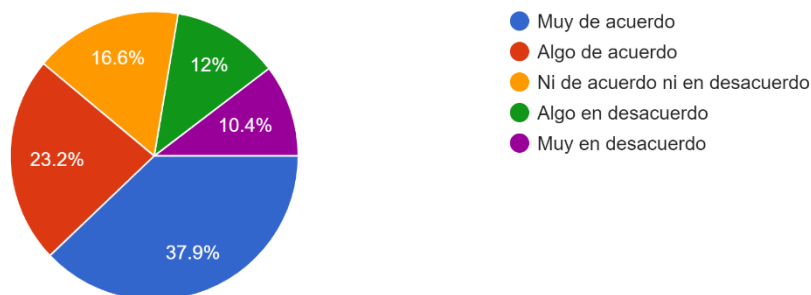
*Fuente: Elaboración propia con procesamiento de datos en SPSS (2022)*

**Figura N°19**

*Fuente: Procesamiento de encuesta*

19. Resultó fácil identificarlo en las urnas de votación a este candidato político gracias a la información difundida en su cuenta de Facebook.

367 respuestas



### **Interpretación**

Según el gráfico N°19 se observa que el 37.9% de los seguidores de la página de Juan Carlos Díaz al Congreso consideran que resultó fácil identificarlo en las urnas al excandidato político, el 23.2% se mostró algo de acuerdo con este planteamiento, el 16.6% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 13.1% aseguró estar algo en desacuerdo y el 10.4% se mostró muy en desacuerdo en que haya resultado fácil identificar al excandidato en las urnas electorales.

**Tabla N°20**

*Fue necesario el uso Facebook para que Juan Carlos Díaz Sánchez realizara su campaña política en el 2021*

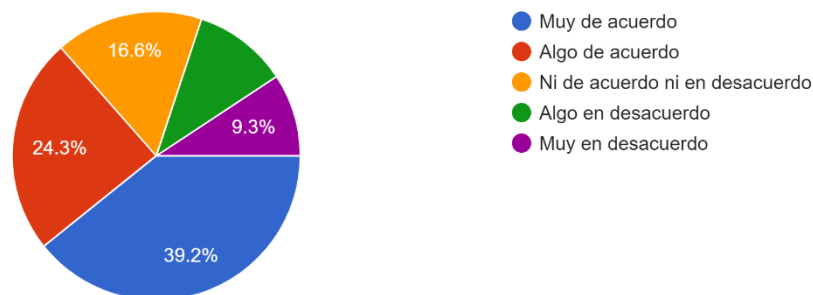
<i>Alternativa</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy de acuerdo</i>	<i>144</i>	<i>39.2%</i>
<i>Algo de acuerdo</i>	<i>89</i>	<i>24.3%</i>
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	<i>61</i>	<i>16.6%</i>
<i>Algo en desacuerdo</i>	<i>39</i>	<i>10.6%</i>
<i>Muy en desacuerdo</i>	<i>34</i>	<i>9.3%</i>

*Fuente: Elaboración propia con procesamiento de datos en SPSS (2022)*

**Figura N°20**

20. Fue necesario el uso Facebook para que Juan Carlos Díaz Sánchez realizara su campaña política en el 2021

367 respuestas



*Fuente: Procesamiento de encuesta*

**Interpretación**

Según el gráfico N°20 se observa que el 39.2% de los seguidores de la página de Juan Carlos Díaz al Congreso consideran que fue necesario que el excandidato usara Facebook para encaminar su campaña política, el 24.3% se mostró algo de acuerdo con este planteamiento, el 16.6% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 10.6% aseguró estar algo en desacuerdo y el 9.3% se mostró muy en desacuerdo en que haya sido necesario que Juan Carlos utilice Facebook para realizar su campaña política digital.

**Tabla N°21**

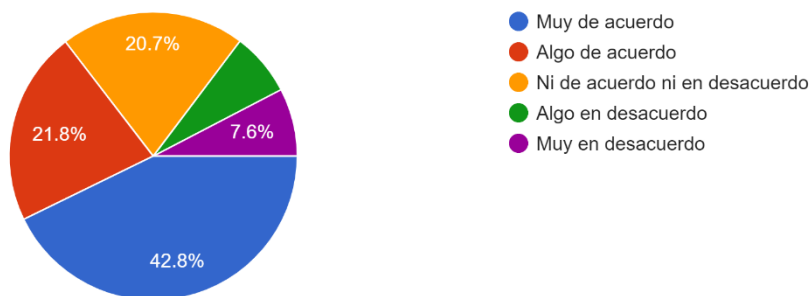
*Me sentí identificado con los contenidos difundidos por el excandidato Juan Carlos Díaz*

<i>Alternativa</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy de acuerdo</i>	157	42.8%
<i>Algo de acuerdo</i>	80	21.8%
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	76	20.7%
<i>Algo en desacuerdo</i>	26	7.1%
<i>Muy en desacuerdo</i>	28	7.6%

*Fuente: Elaboración propia con procesamiento de datos en SPSS (2022)*

**Figura N°21**

21. Me sentí identificado con los contenidos difundidos por el excandidato Juan Carlos Díaz  
367 respuestas



*Fuente: Procesamiento de encuesta*

### **Interpretación**

Según el gráfico N°21 se observa que el 42.8% de los seguidores de la página de Juan Carlos Díaz al Congreso consideran que se identificaron con los contenidos difundidos por el excandidato político, el 21.8% se mostró algo de acuerdo con este planteamiento, el 20.7% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 7.1% aseguró estar algo en desacuerdo y el 7.6% se mostró muy en desacuerdo en que hayan sentido identificado con los contenidos que publicaba el excandidato político.

Finalmente, para medir el nivel de influencia de la campaña política digital se consideró los siguientes valores de acuerdo al barómetro determinado.

Barómetro	Puntaje
Bajo	22 – 49
Medio	50 – 77
Alto	78 – 106

**Objetivo general:** Identificar el nivel de influencia de la campaña política digital del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz durante la campaña política del 2021.

**Tabla N° 22:** Nivel de influencia en los 11 200 seguidores de la página de Facebook del excandidato al Congreso de la República Juan Carlos Díaz durante su campaña política digital en las elecciones del 2021.

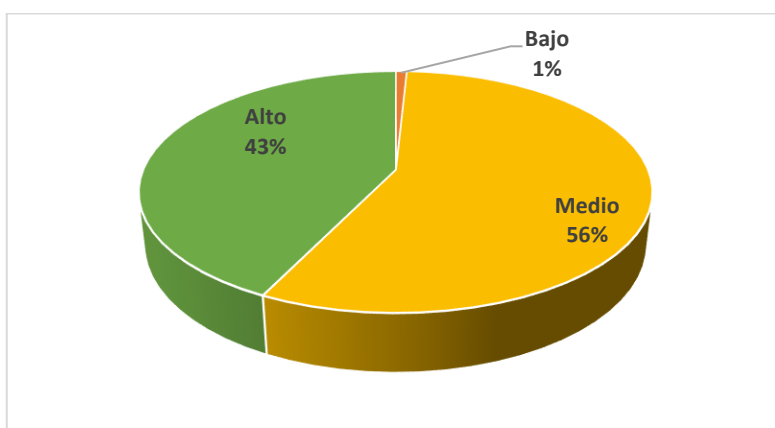
<b>Nivel de Influencia de la campaña política digital</b>	<b>Encuestados</b>	<b>%</b>
Bajo	3	0.82
Medio	207	56.40
Alto	157	42.78
<b>Total</b>	<b>367</b>	<b>100</b>

*Fuente: Encuesta aplicada por el investigador*

#### Interpretación final de los resultados de la encuesta

Se observa que el 42.78% de los encuestados presenta un nivel de influencia alto, el 56.40% un nivel de recordación medio, mientras que sólo el 0.82% presenta un nivel bajo.

**Figura N°22:** Porcentaje de encuestados según el nivel de influencia de la campaña política digital del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz durante la campaña política del 2021.



*Fuente: Elaboración propia con procesamiento de datos en SPSS (2022)*



Otro de los instrumentos considerados para la investigación fue una entrevista al excandidato al Congreso de la República Juan Carlos Díaz.

El político cajamarquino, respondió 7 preguntas planteadas por el investigador.

Juan Carlos Díaz Sánchez, es abogado de profesión egresado de la Universidad Nacional de Cajamarca, con Maestría en Derecho Empresarial por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Hizo estudios de posgrado en la Universidad Complutense de Madrid, en la Universidad George Washington de EE. UU; ha ocupado varios cargos en entidades públicas y privadas. Actualmente es docente en la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad Nacional de Cajamarca.

**1. ¿Por qué su candidatura apostó por la utilización de Facebook para su campaña política?**

Creo que es una gran herramienta electrónica que se usa en Cajamarca, opté por Facebook porque haciendo un análisis así muy simple vi que en Cajamarca región, era la red que más se usaba por los jóvenes y por aquellos también, yo calculo de 50 años para abajo y que va usándose incluso con mayor incidencia, es por eso que usé esta red social como herramienta principal en la campaña.

**2. ¿Cree que es importante el uso de Facebook para los candidatos que postulan al Congreso de la República?**

Sí, muy importante, no solamente Facebook, cada día hay con mayor fuerza otras redes sociales, por qué, porque hoy todo lo vemos en el celular y eso tiene que ver con el avance de la tecnología también. En las redes sociales están a la mano un mensaje que llega, un nuevo me gusta, nos comunican inmediatamente nuestro celular y llama la atención para verlo, entonces todas las personas están atentas de lo que sucede en las redes sociales y obviamente si la idea de un candidato es mostrarse o hacerse conocer que lean lo que piensa o lo que propone, necesariamente hay que hacer uso del Facebook no?

### **3. Dr. ¿Qué tipos de mensajes transmitían Uds. por Facebook?**

Dependía mucho, a veces del día o la época de celebraciones, pero mucho y finalmente del plan que uno tiene de campaña, por ejemplo nosotros tuvimos una etapa para que me conozcan un poco, entonces los mensajes estaban dirigidos a eso que conozcan a Juan Carlos Díaz, quién es, a qué se dedica, de qué familia viene, que conozcan a mi familia un poco, que sepan donde trabajo, a quienes conozco, de dónde vienen mis papás, mis abuelos y luego tuvimos una etapa en donde hablamos de puras propuestas, diseñamos videos para explicar propuestas legislativas, también un poco para hacer docencia política enseñando qué hace un congresista y qué funciones tiene, como se aprueba una ley y todo tenía un objetivo que estaba enmarcado dentro de la etapa política.

En tal sentido, los mensajes que damos todo lo que diseñamos fue en función de las etapas que habíamos diseñado en la campaña.

### **4. ¿Quién construía los mensajes para ser publicados por su página de Facebook?**

El mensaje lo hacía yo. La forma como se grababa o cómo se publicaba, tenía no mucha gente, pero tenía personas que me ayudaban en ese aspecto técnico, hacer el diseño del video, por ejemplo, complementarlo con una foto o partes de otros videos que se tomaban en diferentes lugares, tenía personas encargadas de eso, pero el mensaje mismo lo hacía yo.

### **5. ¿Cree que los mensajes lograron convencer al electorado cajamarquino Dr.?**

Yo creo que sí, porque el resultado de la última campaña fue que obtuvo la segunda votación más alta en toda la región Cajamarca y eso contando de que quien me ganó en votación fue por arrastre del fenómeno Castillo, en tal sentido, creo que logramos conectar el mensaje con los electores y poder llamar la atención de los electores en cuanto a lo que yo proponía como candidato.

**6. Ud. durante la campaña, ¿interactuaba con los usuarios en sus publicaciones de Facebook?**

Sí, lo hacía y lo hago hasta hoy. Me gusta responder yo mismo las preguntas, los cuestionamientos que se hacen a veces. Aunque debo ser sincero que llegó una etapa de la campaña que como las publicaciones eran dos a tres veces diarias y además las publicábamos, comenzaron a llegar muchos comentarios muchísimos y no me abastecía para responderlos, entonces sí hubo una etapa pequeña, pero la hubo en donde acordamos que una persona más podría responder, ¿pero solamente aquellos comentarios o preguntas que sabíamos las respuestas no? Quizá un agradecimiento, por ejemplo, cuando había un buen comentario, decirle muchas gracias que Dios te bendiga, gracias por tu apoyo.

Pero había otros cuestionamientos que requerían otra respuesta personal, en donde yo pedí yo mismo responderlas, sobre todo los cuestionamientos o algún tipo de preguntas que eran más complejas las respondía yo, pero casi toda la etapa era yo quien respondía todo.

**7. ¿Recomendaría Ud. el uso de Facebook a los candidatos políticos de Cajamarca? ¿Por qué?**

Sí claro que sí. ¿Es muy importante porque se va convirtiendo en uno de los medios de comunicación de mayor alcance no? Y el Facebook tiene muchas cualidades, por ejemplo en el tema de publicidad se puede orientar la publicidad a determinados sectores, por edad, por gustos, por intereses por sectores territoriales también; entonces en eso Facebook te da una gran facilidad, además de eso pues seamos sinceros, hoy los jóvenes están conectados en el Facebook y lo que no está en Facebook pues no existe e incluso yo me atrevo a decir que vamos camino a que las redes sociales puedan tener mayor alcance, mayor importancia que los medios de comunicación tradicional como radio t tv, pero es importante que la gente sepa y que los políticos conozcan y sepan dar un mensaje correcto, un mensaje de interés de la población que generen interés y que puedan llamar la atención a seguir a los políticos no? Ahí hay una tarea de contenido muy fuerte que se tiene que trabajar.

Finalmente, la última entrevista se le hizo al responsable de la creación de contenidos Digitales, Aarón Sangay quien articuló el trabajo para la campaña política digital de Juan Carlos Díaz.

Aarón Sangay, es estudiante de música en la Escuela Profesional de Formación Artística Mario Urteaga Alvarado del IX ciclo, ha sido creador de contenidos digitales para varios candidatos distritales en la provincia de Cajamarca. Ha llevado varios cursos de marketing digital, actualmente es creador de contenidos digitales para el candidato al Gobierno Regional de Cajamarca César Vásquez Sánchez.

### **1. ¿Qué tipo de estrategias utilizó para encaminar la campaña electoral?**

Se utilizaron tres tipos estrategias, que considero yo fueron las más exitosas, hablo para la creación de contenidos digitales. Una de ellas fue, la docencia política, en ella hablamos a los seguidores sobre las funciones de un congresista, de lo que se puede y no se puede hacer desde el Congreso de la República, esto lo hacíamos a través de videos donde el excandidato simulaba una clase para sus seguidores.

Otras de las estrategias utilizadas fueron la elaboración de videos testimoniales, con alumnos, exalumnos, vecinos y exdocentes del candidato al congreso. Considero que esto jugó un papel importante frente a nuestros seguidores, pues permitía a los demás hablar del candidato sobre su hoja, anécdotas y profesionalismo.

La última estrategia fue la de manejar a la perfección una línea gráfica en todos nuestros contenidos, como videos, fotos y vestimenta, tomando en cuenta los colores del partido político que son el azul, blanco y rojo. Esto con el objetivo tener productos gráficos y audiovisuales uniformes.

### **2. ¿Cómo construían los mensajes para elaborar el contenido?**

Primero, el equipo se sentaba y pensaba la idea, se hacía una lluvia de ideas en una lista. Luego se le presentaba al candidato político y él hacía un análisis de cuál podría salir lo más antes posible. Una vez elegida la idea se escribía para para no olvidarse durante las grabaciones.

Aquí había cierta ventaja ya que Juan Carlos Díaz memorizaba rápido cada mensaje y sobre todo conocía del tema que queríamos transmitir a nuestros seguidores.

### **3. ¿Por qué se optó por utilizar la red social de Facebook?**

Ya se sabe que el Perú, Facebook es la red social más utilizada, ante ello todo el equipo estuvimos de acuerdo para hacer se esta red social. Además de ello, no te olvides que vivíamos en plena pandemia y no podíamos realizar mítines, marchas, pasacalles y por ello se pensó en encaminar una campaña fuerte virtualmente.

### **4. ¿Con qué frecuencia se publicaban los contenidos en Facebook?**

Al inicio lo hacíamos dos veces por día, luego tres, cuatro y hasta cinco, esto conforme se acercaba el día de las elecciones.

Aquí tratamos de intercalar, con publicaciones de imágenes, videos, fechas festivas e incluso momentos de la vida cotidiana que a veces tenían reacciones positivas inesperadas.

### **5. ¿Se tuvo la asesoría de un profesional en comunicaciones?**

Directamente no, todos en el equipo habíamos aprendido a manejar las redes sociales de manera empírica, además de las creaciones de contenidos digitales, pero en ocasiones si necesitábamos de profesional en el periodismo para difundir el material por sus medios. Creo que, si fue importante la asesoría de un profesional en las comunicaciones, pero el presupuesto no permitió contratarlo, pero si lo hablamos en el equipo.

### **6. ¿Qué contexto se tomaba en cuenta para el uso de las imágenes?**

Primero mostrar la realidad tal cual, no trataba, de ocultar nada, me refiero a que si estábamos en el campo o la ciudad las imágenes se registraban tal cual. No eran fotos planificadas, sino improvisadas, pero no eso no significa que perdían la calidad ni la esencia del candidato con su simpatizante.

Personalmente no me gustan las fotos armadas, trato de mostrar lo más natural posible de la gente y del candidato político.

### **7. ¿Cómo median el alcance de sus contenidos publicados en Facebook?**

Facebook te da una opción para que puedas ver la estadística de tus publicaciones, además para que te compares frente a los demás candidatos.

Revisábamos casi inter diario las publicaciones con el objetivo de conocer qué era lo que a los seguidores les gustaba para seguir elaborando productos similares.

### **8. ¿Cree que los mensajes lograron convencer al electorado cajamarquino?**

Creo que sí. Aquí sucedía algo curioso, por ejemplo, del mil reacciones que teníamos en una publicación 5 eran “me divierte” que literalmente significa que esos 5 seguidores no estaban de acuerdo con lo que publicábamos. Digo que sí logramos convencer por la gran acogida que teníamos entre los comentarios, casi todos eran a favor del candidato político, eso era muestra de que los mensajes calaban entre la comunidad virtual.

### **9. ¿Por qué el candidato no logró llegar al congreso?**

Eso fue por algo sencillo, la tendencia Castillo, no te olvides que Pedro Castillo logró una subida increíble en las dos últimas semanas previa a las elecciones. Juan Carlos Díaz logró ser el segundo candidato más votado en Cajamarca, sin embargo, la cifra repartidora logró poner a una candidata fujimorista con apenas un poco más de 2 mil votos.

De esta manera, aunque se haya tenido los votos necesarios para llegar al congreso, las reglas del JNE jugaron en contra de Juan Carlos Díaz Sánchez.

### **10. ¿Qué diferenciaba al candidato frente a sus rivales políticos?**

Para empezar, ser el más transparente de todos, sin denuncias, sin sentencias etc., creo que eso fue fundamental para construir la imagen política del candidato. Otra de las ventajas fue

que Juan Carlos Díaz tiene la facilidad de la palabra, creo que su carrera le ayuda mucho, además de conocer nuestra realidad.

El hecho de ser docente universitario también nos ayudó mucho al equipo que lo acompañamos, porque tenía muchos exalumnos que le recordaban como un buen maestro y eso era el aval para repercutir de manera positiva en los demás.

## CAPITULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

A partir de los hallazgos encontrados se procede a realizar la discusión, sobre el objetivo general donde se busca determinar el nivel de influencia de las publicaciones de la página de Facebook del excandidato al Congreso de la República Juan Carlos Díaz Sánchez en los seguidores de esta red social durante el proceso electoral del 2021, donde además se acepta la hipótesis de que las publicaciones del excandidato se relacionaron directamente con el nivel de influencia de la campaña política en las elecciones del 2021.

Este resultado se contrasta con lo que dice Raniero Cassoni un experto en marketing político, quien asegura que las redes sociales no ganan elecciones, pero el no saber usarlas son tan mortales como no tenerlas. La improvisación al momento de lanzar contenidos por las redes sociales no dará un buen resultado ya que esta es la voz oficial de un candidato político. (Cárdenas, 2013).

Por lo tanto, en la tabla N°22 se observa que el 42.78% de los encuestados presentan un nivel de influencia alto, el 56.40% un nivel de influencia medio, mientras que sólo el 0.82% presenta un nivel bajo. Sin embargo, como lo dice Bastidas (2016) no se debe olvidar que en época no electoral los partidos o movimientos políticos no deben dejar de estar en contacto con sus seguidores, esto haría que sus seguidores no se sientan olvidados y que solo se les toman en cuenta en época electoral, de tal modo que haya una sintonía constante entre el político y sus seguidores virtuales en todo tiempo.

Con respecto a las piezas publicitarias (diseño gráfico) y el contenido audiovisual, estas generaron un alto impacto entre los seguidores del excandidato así lo demuestran las guías de observación N°(16, 17, 18,19 y 20 ), ya que cumplen con la función informativa que todo material gráfico y audiovisual debe tener. Esto se contrasta con lo que dice el Instituto Toulouse Laustrec mediante su blog institucional donde asegura que el diseño gráfico es el arte de comunicar de manera didáctica haciendo uso de texto e imágenes de manera virtual.



Así, bajo estos conceptos, la interacción y el alcance que tuvieron los productos de diseño gráfico y audiovisual tuvieron mucha interacción tanto en reacciones como en comentarios en la página de Facebook Juan Carlos Díaz al Congreso, esto se contrasta con lo que asegura López Paredes 2015 quien asegura que la interacción y el diálogo y las respuestas a los usuarios en las redes sociales son claves, puesto que permite estar en sintonía constante con los posibles electores. Debemos señalar que todo lo difundido en la página oficial del excandidato estaba sujeto a un plan de acciones, esto dicho por Juan Carlos Díaz en la entrevista N°1 pregunta 4.

Asimismo, entre las estrategias y los posts publicados durante el período electoral existen una amplia relación puesto que estaban enfocados en posicionar al candidato en las mentes de los seguidores quienes pudieran ser en su mayoría los que voten por él. Esto es confirmado en el artículo publicado por Esan 2021 donde se asegura que las estrategias en campañas políticas son importantes para posicionar al candidato en el terreno electoral.

Asimismo, las publicaciones que así son conocidas en español los posts de Facebook jugaron un papel importante para que el candidato llegue al electorado mediante su página de Facebook, pues estos cumplieron con los elementos que señala (Aleph, 2021), en el que asegura que pueden ser acompañados con texto, imágenes o videos, con el objetivo de llegar a una comunidad virtual.

Además, en la encuesta aplicada por el tesista, el 30.8 % de encuestados aseguran que les resultó fácil entender los contenidos gráficos publicados por el excandidato al Congreso de la República Juan Carlos Díaz Sánchez, con ello se confirma lo dicho por Esan (2021) que un buen producto gráfico es capaz de llegar a la audiencia de manera sencilla y entendible. Entre la interacción y la identificación que se hizo en las publicaciones del excandidato al Congreso de la República Juan Carlos Díaz se logró identificar cientos de reacciones a favor del político cajamarquino, como lo asegura el encargado de la creación de contenidos

digitales del excandidato en la entrevista N°2 pregunta 8 que en su mayoría las reacciones eran con me gusta, likes y me encanta. Esto lo confirma (Adenauer, 2019) quien asegura que los políticos están obligados a relacionarse, a oír, a conectarse y co-construir con sus audiencias de forma competitiva, esto con el objetivo de que no sientan el abandono a su audiencia. Similar dato arroja la encuesta con respecto a la pregunta a que, si los seguidores se sintieron identificados con las publicaciones del excandidato político, pues el 42,8% asegura haberse sentido identificado con los contenidos lanzados mediante su página de Facebook.

Durante todo lo planteado, no debemos perder de vista a la campaña tradicional que hizo el candidato político, que no es motivo de la investigación pero que sí se realizó, como lo confirma (Deltell, 2011) una campaña digital no podría funcionar sin la campaña tradicional, de este modo la candidatura de Juan Carlos Díaz se movió por aire y tierra, como lo asegura (Valdivia, s.f.) ósea por los medios masivos como la radio, la tv, internet y las tradicionales como: pintas, almanaques, gorros, polos, etc.

## CONCLUSIONES

Al finalizar el proceso de investigación por intermedio de la sistematización de bases teóricas y la interpretación de resultados teórica se plantean las siguientes conclusiones primero en base al objetivo general donde se busca determinar el nivel de influencia de las publicaciones de la página de Facebook del excandidato al Congreso de la República Juan Carlos Díaz Sánchez en los seguidores de esta red social durante el proceso electoral del 2021, donde además se acepta la hipótesis de que las publicaciones del excandidato se relacionaron directamente con el nivel de influencia en los seguidores de Facebook durante la campaña política en las elecciones del 2021.

### **Primera**

Se describió detalladamente las publicaciones de Facebook del candidato al Congreso de la República Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021, en ella se halló la alta interacción positiva en favor de la candidatura del político cajamarquino.

El investigador considera que esto se debe al trabajo planificado que el equipo junto al excandidato congresal encaminó; la interacción en las publicaciones demostró que el material difundido era aceptado por los receptores. Esto marca un precedente para que, a futuro, Juan Carlos Díaz pueda encaminar otra campaña si así lo desea, tomando en cuenta en subsanar errores o implementar el trabajo hecho durante su campaña política digital 2021.

### **Segunda**

Se describió las características de la interacción de los usuarios, respecto de las publicaciones de Facebook del candidato al Congreso de la República Juan Carlos Díaz durante la campaña política del 2021, logrando encontrar un alto nivel de identificación con los contenidos publicados en la página oficial del excandidato congresal.

Desde el punto de vista del investigador, esto se debe a la trayectoria política y profesional de Juan Carlos Díaz, la mayoría de seguidores quienes se identifican c

on su persona lo hacen también con sus publicaciones, así la interacción es siempre positiva, empezando desde las reacciones y los comentarios. Se debe considerar que mayoría de comentarios provienen de alumnos o exalumnos del excandidato al congreso.

Dicha interacción también puede influir en nuevos seguidores a futuro, quienes no necesariamente conozcan de manera directa al excandidato al congreso, tomando en cuenta esta conclusión, las oportunidades de seguir aumentando el número de seguidores es favorable para Juan Carlos Díaz Sánchez.

### **Tercera**

Se logró identificar el nivel de recordación de la campaña política digital del excandidato al Congreso de la República Juan Carlos Díaz durante la campaña política del 2021, teniendo un nivel de recordación alto entre sus seguidores. Así, la investigación demuestra que las publicaciones que se hicieron mediante la página de Facebook Juan Carlos Díaz al Congreso tuvieron influencia en los seguidores durante el proceso electoral del 2021.

De ello, el tesista considera que las publicaciones en la página oficial del excandidato jugaron un papel importante para que reciba más de 10 mil votos en el proceso electoral 2021, siendo el segundo candidato más votado de la región Cajamarca, sin embargo, por la cifra repartidora y la coyuntura del momento no le permitieron ocupar una curul en el parlamento.

A pesar de los resultados, las muestras de apoyo no se hicieron esperar en su página oficial de Facebook, marcando así un antes y un después de las elecciones, sin embargo, dependerá de Juan Carlos Díaz tomar en cuenta ese apoyo e intentar volver a postular en próximas elecciones.

## REFERENCIAS

- Adenauer, Fundación Konrad. (2019). *Partidos políticos en la era digital*. Kas.de.  
<https://www.kas.de/documents/287914/0/Todo+en+1.+PARTIDOS+POLI%CC%81TICOS+EN+LA+ERA+DIGITAL+Y+METODOLOGI%CC%81AS-1.pdf>
- Aguilar. C. (2010). Contenido Audiovisual. glosariumBITri.  
<http://glossarium.bitrum.unileon.es/Home/contenido-audiovisual>
- ALEPH (2011). ¿Qué es un post en Redes Sociales? <https://aleph.org.mx/que-es-un-post-en-redes-sociales#:~:text=Se%20podr%C3%ADa%20decir%20que%20un,del%20p%C3%BAblico%20que%20la%20visualice>
- Bamboo (S.f). Qué es el Contenido Audiovisual.  
<https://www.bambooaudiovisual.com/que-es-el-contenido-audiovisual/>
- Bastidas. N (2016). Comunicación estratégica para organizaciones Políticas: ¿Cómo se comunican los partidos en época no electoral? [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú. PUCP.  
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/7115>
- Berrocal, S. (2003). Comunicación Política en Televisión y Nuevos Medios. Barcelona, España. Ariel.
- Elías. A (2018). Tras el éxito de una buena campaña política en redes sociales. Esan.  
<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/tras-el-exito-de-una-buena-campana-politica-en-redes-sociales>
- Esan.C (2020). ¿Cómo influyen las redes sociales en la comunicación política?.  
<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/como-influyen-las-redes-sociales-en-la-comunicacion-politica>
- Callejas, Rodrigo. (2004). Percepción y Valorización de Marcas [Seminario para optar al título de Ingeniero Comercial mención Administración]. Universidad de Chile.  
<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/115042/Olivos%20A.%2C%20Rodrigo.pdf?sequence=1>

Cardoso, Gustavo. (2010). Los Medios de Comunicación en la Sociedad en Red. Barcelona, España. UOC

Deltell, L. (2011). Estrategias de Comunicación Política en la Redes Sociales durante la campaña electoral del 2011 en España: El Caso e Equo. Universidad Complutense de Madrid <http://eprints.ucm.es/15544/1/equo%2CLIBROeprint.pdf>

En Colombia. (sf) [¿Qué tipos de marcas existen?]. <https://encolombia.com/economia/empresas/marcas/tipodemarcas/>

Espinosa, Jaime. (2006). Procesos de la Comunicación. Trillas

Fernández, Carlos. (2009). Teorías de la Comunicación. McGraw-Hill.

Nueva Sociedad (2017). Cómo influyen las redes sociales en las elecciones. <https://nuso.org/articulo/como-influyen-las-redes-sociales-en-las-elecciones/>

Josefacchin (sf) [¿Qué es Facebook, para qué sirve y cómo funciona?]. El Blog de José Facchín <https://josefacchin.com/facebook-que-es-como-funciona/>

Kerpen, Davi. (2012). Me Gusta. Madrid. ANAYA

Lucas, Valerio. (2010). Lo que necesitas saber par que tu campaña sea exitosa <http://lucasmvalerio.blogspot.pe/2010/07/mensajes-de-campana.html>

Paoli, Antonio. (1983). Comunicación e Información. TRILLAS

Pons, Xavi. (2016). El Equipo de Campaña [El Diseño de una Marca Política]. <http://www.elequipo.com/blog-consultoria-politica/289-el-diseno-de-una-marca-politica.html>

Sanchez, G. (2007). [La transformación de la comunicación política en las campañas presidenciales de México]. Scielo [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-14352011000200003](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352011000200003)

Universidad de Palermo. [Qué es una marca]. Palermo  
[http://www.palermo.edu/dyc/opencdc/opencdc2009\\_2/apuntes/074.pdf](http://www.palermo.edu/dyc/opencdc/opencdc2009_2/apuntes/074.pdf)

Urretabizkaia, Borja. (2012). [Clasificación y Tipos de Redes Sociales]. Comunidad IEBS  
<http://comunidad.iebschool.com/marketingenredessociales/clasificacion-y-tipos-de-redes-sociales/>

Gran Mr. (2018) ¿Qué transmiten las tipografías en la publicidad? Grant.  
<http://grant.agency/que-transmiten-las-tipografias-en-la-publicidad/>

Scielo. Empleo de las emociones en los post de los candidatos en las elecciones peruanas 2016.  
[http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1684-09332020000100004](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-09332020000100004)

Zizer (2022) <https://zizer.es/blog/que-es-campana-en-las-redes-sociales/>

Sanfeliciano, A. (2019) ¿Qué factores influyen en nuestro voto político?. La Mente es Maravillosa.  
<https://lamenteesmaravillosa.com/que-factores-influyen-en-nuestro-voto-politico/>

Vivilia Team (2018). Cómo redactar un post para Facebook fácil y rápido. Vivilia.  
<https://vivilia.com/blog/como-redactar-post-para-facebook/>

Roncancio. G.(Sf). Estrategia ¿Qué es? y las herramientas para usarla. Pensemos.  
<https://gestion.pensemos.com/estrategia-que-es-y-las-herramientas-para-crearla>

Esan. (2021). ¿Cómo desarrollar una estrategia de campaña política ganadora?. Esan Business.  
<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/como-desarrollar-una-estrategia-de-campana-politica-ganadora>

IMF. (Sf). ¿Cómo construir una campaña política? IMG Blog de Márketing Político.  
<https://blogs.imf-formacion.com/blog/marketing/como-construir-una-campana-politica/>

aec. (S.f). Campaña Electoral. aec Red de Conocimientos Electorales  
<https://aceproject.org/main/espanol/ei/eie09.htm>

Meta. (S.f). Información sobre los Me gusta y los seguidores en la nueva experiencia de páginas. Meta.  
<https://www.facebook.com/business/help/2683010948601738?id=418112142508425>

Easypromosblog. (2022). ¿Cómo ver mis seguidores en Facebook?.  
<https://www.easypromosapp.com/blog/2021/08/como-ver-mis-seguidores-en-facebook/>

Meta. (S.f). Interacción con una publicación en los anuncios de Facebook. Meta.  
<https://www.facebook.com/business/help/735720159834389>

Branch (2021). Estadística de la situación digital en el Perú en 2020 – 2021. Branch.  
<https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-peru-en-el-2020-2021/#:~:text=En%20Per%C3%BA%20un%20total%20de,sociales%20mayor%20de%2013%20a%C3%B1os>

Larrea. J. (S.f). ¿Qué es la Comunicación Digital? [Video]. Youtube. <https://youtu.be/K-lfXX9ULMY>

toulouseautrec. (2020). ¿Qué es el diseño gráfico?. TOULOUSELAUTREC.  
<https://www.toulouseautrec.edu.pe/blogs/que-es-diseno-grafico>

Camacho. D. (2021). Qué es el diseño gráfico. Platzy. [https://platzi.com/blog/que-es-diseno-grafico/?gclid=CjwKCAjw3cSSBhBGEiwAVII0Z3uicFCUO0HIR9fLH\\_XAnERmiv151LirgJ\\_CIVi-j7o7-TPnFF4Y6BoCNxQQAuD\\_BwE&gclsrc=aw.ds](https://platzi.com/blog/que-es-diseno-grafico/?gclid=CjwKCAjw3cSSBhBGEiwAVII0Z3uicFCUO0HIR9fLH_XAnERmiv151LirgJ_CIVi-j7o7-TPnFF4Y6BoCNxQQAuD_BwE&gclsrc=aw.ds)

Gardey. J. (2022). Definición de audiovisual. Definición.de.  
<https://definicion.de/audiovisual/>

Valdivia.M. (S.f). Dilemas de Estrategia: ¿Tierra o aire? Redes sociales y decisión electoral. Política y Gobierno.  
<http://www.politicaygobierno.cide.edu/index.php/pyg/article/view/653>



Zepeda. A. (2010). Las campañas electorales en la nueva sociedad de la información y el conocimiento. Scielo.

[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-16162010000200009](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16162010000200009)

Latina, Cuadernos Artesanos de. (2012). Periodismo político en España. Repositorio. Uji.  
<http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/73587/CAL33Casero.pdf?sequence=6>

## ANEXOS

rofile.php?id=100047283982753



 **Juan Carlos Díaz al Congreso**  
11 mil seguidores • 14 seguidos

Más información Siguiendo Mensaje

Publicaciones Información Menciones Seguidores Fotos Videos Más

Detalles Publicaciones

Activar Windows  
Filtros  
Ve a Configuración par

*Vista principal de la página de Facebook Juan Carlos Díaz al Congreso.*

1. Facebook fue una buena fuente para informarme sobre el candidato al congreso Juan Carlos Díaz

- Muy de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Muy en desacuerdo

⋮

2. Fue relevante la información que hizo el candidato al congreso Juan Carlos Díaz a través de Facebook.

- Muy de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Muy en desacuerdo

3. Me sentí identificado con los contenidos difundidos por el excandidato Juan Carlos Díaz

- Muy de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Muy en desacuerdo

*Preguntas aplicadas a la encuesta elaboradas en Google Drive*

4. Las publicaciones de Facebook de este excandidato generaron en mí interacción

- Muy de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Muy en desacuerdo

5. Considero útil todo el contenido de Facebook durante la campaña política del 2021

- Muy de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Muy en desacuerdo

6. Aún recuerdo el símbolo o la marca política del partido político del candidato al congreso de Juan Carlos Díaz Sánchez.

- Muy de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Muy en desacuerdo

***Preguntas aplicadas a la encuesta elaboradas en Google Drive***

7. Reaccionaba de manera positiva al contenido del excandidato político Juan Carlos Díaz

- Muy de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Muy en desacuerdo

8. Considero que este candidato político hizo una buena campaña electoral en Facebook

- Muy de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Muy en desacuerdo

9. El candidato interactuaba con los usuarios mediante la página de Facebook

- Muy de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Muy en desacuerdo

***Preguntas aplicadas a la encuesta elaboradas en Google Drive***

10. Los contenidos fueron elaborados pensando el público elector

- Muy de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Muy en desacuerdo

...

11. Me resultó fácil entender sus contenidos gráficos (fotos, flyers, afiches, imágenes)

- Muy de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Muy en desacuerdo

...

12. Me resultó fácil entender sus contenidos audiovisuales (gifs – videos)

- Muy de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Muy en desacuerdo

*Preguntas aplicadas a la encuesta elaboradas en Google Drive*

13. El candidato Juan Carlos Díaz Sánchez publicaba información constante durante la campaña política del 2021

- Muy de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Muy en desacuerdo

14. Tuvo influencia en mi voto las publicaciones en Facebook del candidato al congreso Juan Carlos Díaz Sánchez.

15. Los contenidos publicados por Juan Carlos Díaz se diferenciaron de otros candidatos políticos

- Muy de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Muy en desacuerdo

*Preguntas aplicadas a la encuesta elaboradas en Google Drive*

...

16. Juan Carlos Díaz Sánchez sigue difundiendo información política por su página de Facebook.

- Muy de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Muy en desacuerdo

---

17. Facebook es útil para informarte sobre política.

- Muy de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Muy en desacuerdo

18. Debería mejorar sus estrategias y contenidos digitales en Facebook el excandidato al congreso Juan Carlos Díaz pensando en elecciones futuras.

- Muy de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Muy en desacuerdo

*Preguntas aplicadas a la encuesta elaboradas en Google Drive*



19. Resultó fácil identificarlo en las urnas de votación a este candidato político gracias a la información difundida en su cuenta de Facebook.

- Muy de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Muy en desacuerdo

20. Fue necesario el uso Facebook para que Juan Carlos Díaz Sánchez realizara su campaña política en el 2021

- Muy de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Muy en desacuerdo

21. Me sentí identificado con los contenidos difundidos por el excandidato Juan Carlos Díaz

- Muy de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Muy en desacuerdo

*Preguntas aplicadas a la encuesta elaboradas en Google Drive*

**DATA PROCESADA EN SPSS**

Su periodo de uso temporal para IBM SPSS Statistics caducará en 4942 días.

```
GET
FILE='C:\Users\Felita\Downloads\Base nivel de recordación.sav'.
DATASET NAME ConjuntoDatos1 WINDOW=FRONT.
FRECUENCIAS VARIABLES=Puntaje
/ORDER=ANALYSIS.
```

**Frecuencias**

[ConjuntoDatos1] C:\Users\Felita\Downloads\Base nivel de recordación.sav

**Estadísticos**

Nivel de recordación	
N	Válido 367
	Perdidos 0

**Nivel de recordación**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1,00	3	,8	,8	,8
2,00	207	56,4	56,4	57,2
3,00	157	42,8	42,8	100,0
Total	367	100,0	100,0	

\*Sin título2 [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

59 : Puntaje 3,00

	0001	VAR0001	VAR0001	VAR0001	VAR0001	VAR0001	VAR0001
	0	1	2	3	4	5	6
46	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
47	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00	4,00
48	2,00	3,00	4,00	2,00	5,00	4,00	2,00
49	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
50	5,00	4,00	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00
51	2,00	4,00	5,00	3,00	4,00	3,00	3,00
52	4,00	4,00	3,00	4,00	2,00	2,00	4,00
53	5,00	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00
54	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
55	3,00	3,00	3,00	2,00	3,00	3,00	4,00
56	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	3,00
57	5,00	2,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00
58	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
59	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00	4,00
60	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	4,00	3,00
61	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
62	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	4,00	3,00
63	4,00	4,00	4,00	4,00	1,00	4,00	3,00
64	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
65	5,00	3,00	5,00	5,00	2,00	1,00	5,00
66	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00	5,00
67	4,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00

## DATA PROCESADA EN EXCEL

Encuesta sobre la influencia de la Campaña Política Digital del excandidato al congreso Juan Carlos Diaz en...  
 Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Extensiones Ayuda La última modificación se realizó hace 8 días. Compartir

100% \$ % 0.00 123 Predetermi... 10 B I S A

A1	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Marca temporal	1. Facebook fue una bue	2. Fue relevante la inform	3. Me sentí identificado c	4. Las publicaciones de f	5. Considero útil todo el	6. Aún recuerdo el símbo	7. Reaccionaba de mane	8. Con
2	1/5/2022 12:48:48								
3	2/5/2022 11:07:43	Algo en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Muy en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Ni de a
4	2/5/2022 13:35:59	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Algo de acuerdo	Muy de
5	2/5/2022 19:31:39	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de
6	2/5/2022 19:37:03	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Algo de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Algo de acuerdo	Algo de acuerdo	Algo de
7	2/5/2022 19:41:40	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo			Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de
8	2/5/2022 19:41:56	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de
9	2/5/2022 22:45:19	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Algo de acuerdo	Muy de
10	2/5/2022 23:00:39	Algo de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de a
11	2/5/2022 23:04:01	Algo de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Algo de acuerdo	Algo de
12	2/5/2022 23:38:34	Algo de acuerdo	Algo de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Algo de acuerdo	Algo de acuerdo	Algo de acuerdo	Ni de a
13	3/5/2022 7:11:55	Algo de acuerdo	Algo de acuerdo	Algo de acuerdo	Algo de acuerdo	Algo de acuerdo		Algo de acuerdo	Algo de
14	3/5/2022 19:01:51	Algo en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Muy en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Algo er
15	6/5/2022 17:38:36	Ni de acuerdo ni en desa	Algo en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Algo en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Muy er
16	6/5/2022 23:06:01	Algo de acuerdo	Algo de acuerdo	Algo de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Algo de acuerdo	Algo de acuerdo	Algo de acuerdo	Algo de
17	6/5/2022 23:31:12	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Algo de acuerdo	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Algo de
18	6/5/2022 23:49:02	Algo en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Algo de acuerdo	Algo de acuerdo	Algo de
19	7/5/2022 8:36:42	Ni de acuerdo ni en desa	Algo de acuerdo	Algo de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de a
20	9/5/2022 11:39:06	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Algo de acuerdo	Algo de acuerdo	Algo de
21	9/5/2022 11:44:26	Algo de acuerdo	Algo de acuerdo	Algo de acuerdo	Algo de acuerdo	Algo de acuerdo	Algo de acuerdo	Algo de acuerdo	Algo de

## **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS**

### VALIDACIÓN GENERAL DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Estimado experto (a), reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando una investigación basada en el análisis de los contenidos digitales de Facebook y la su influencia en el voto del excandidato al Congreso de la República por la región Cajamarca Juan Carlos Díaz Sánchez.

En ese sentido, solicito pueda evaluar la siguiente Ficha de Observación que servirá para describir 30 publicaciones de Facebook del excandidato al Congreso de la República Juan Carlos Díaz. Su sinceridad y participación voluntaria me podrá ayudar a conocer el nivel de influencia que tuvo en el voto de estos seguidores.

#### I.DATOS DEL EVALUADOR

Nombre	Alex F. Martes Ramírez	DNI	41889324
Cargo	Especialista en Comunicaciones - Gobierno Regional Cajamarca		
Carrera	Ciencias de la Comunicación		
E - mail	cdf3r@gmail.com	Nº Celular	949 3142 50

#### II.DATOS DE LA INVESTIGACIÓN

Título de la investigación	CAMPAÑA POLÍTICA DIGITAL - 2021 DEL EXCANDIDATO AL CONGRESO DE LA REPÚBLICA JUAN CARLOS DÍAZ SÁNCHEZ Y SU INFLUENCIA EN LOS SEGUIDORES DE SU PÁGINA DE FACEBOOK A TRAVÉS DE SUS PUBLICACIONES
Nombre del estudiante	Moisés Sangay Romero
Carrera	Comunicación y Periodismo
Tipo de investigación	Básica/ mixta/ cualitativa/ trasversal/ descriptiva no experimental
Instrumento evaluado	Encuesta en la Escala de Likert





**UPN** CAMPAÑA POLÍTICA DIGITAL - 2021 DEL EXCANDIDATO AL CONGRESO DE LA REPÚBLICA JUAN CARLOS DÍAZ SÁNCHEZ  
Y SU INFLUENCIA EN LOS SEGUIDORES DE SU PÁGINA DE FACEBOOK A TRAVÉS DE SUS PUBLICACIONES

**FICHA DE OBSERVACIÓN**

*Objetivo: Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021*

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Resultados de la observación
Contenido Audiovisual	Tipo	Spot - Reportaje - Informe - Nota periodística - Entrevista - Transmisión en vivo	
	Mensaje	Intención - Duración	
	Imagen	Formato - tamaño - Composición	
	Tiempo	Unidad	
	Música	Género - Origen - autor	
	Texto	Tipografía - Ortografía	
	Color	Clasificación	
Diseño Gráfico	Imágenes	Fotografía - Diseño	
	Texto	Ortografía - Tipografía - Tamaño	
	Color	Clasificación - Significado	
	Tipografía	Familia tipográfica - Intención	
Post Publicados	Actualización	Tiempo - Tipo de contenido	
	Título	Tipografía - Tamaño	
	Texto	Ortografía - Sintaxis - Tipografía	
	Imágenes	Formato - Tamaño - Composición	

Sangay Romero Moisés

Estrategias	Emocional	Medio - Percepción - expresión - Características - tipos	
	Informativo	Medio - Intención - Tipos - Características	
Interacción	Comentarios	Positivos - Negativos - Características - Respuestas del candidato	
	Reacciones	Significado - tipo	
	Compartidas	Nº Compartidas - Tipo de contenido -	
Identificación	Comentarios	Tipos - características	
	Reacciones	Positivas	
	Población	Sexo - Edad	
	Mensajería	Intención - características	

**Valoración de las dimensiones**

INDICADORES	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
	-60 %	70 %	80 %	90%	100%
Contenido audiovisual				X	
Diseño Gráfico				X	
Post publicados			X		
Estrategia			X		
Interacción			X		
Identificación				X	

Fuente: Elaboración propia 2022

**III.OBSERVACION O SUGERENCIA**

Se sugiere ser bastante específicos en describir los resultados de la observación, para que esta técnica de recolección de datos resulte más efectiva.

**IV.VALIDACIÓN Y FIRMA**



Lic. Alex Fernando Mastés Ramírez.

Fecha: Cajamarca 31 de marzo del 2022



### VALIDACIÓN GENERAL DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Estimado experto (a), reciba mis cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando una investigación basada en el análisis de los contenidos digitales de Facebook y su influencia en el voto del excandidato al Congreso de la República por la región Cajamarca Juan Carlos Díaz Sánchez durante el período electoral 2021. En ese sentido, solicito pueda evaluar 7 ítems en tres criterios: relevancia, coherencia y claridad que serán hechas al excandidato congresal. Su sinceridad y participación voluntaria me podrá ayudar a saber por qué el uso de Facebook para campañas políticas.

#### I. DATOS DEL EVALUADOR

Nombre	Torge Luis Cabonillo Jena		DNI	26687131
Cargo	Especialista en Periodismo			
Carrera	Periodismo			
E - mail	cococabonillo@hotmail	N° Celular	976579555	

#### II. DATOS DE LA INVESTIGACIÓN

Título de la investigación	CAMPAÑA POLÍTICA DIGITAL - 2021 DEL EXCANDIDATO AL CONGRESO DE LA REPÚBLICA JUAN CARLOS DÍAZ SÁNCHEZ Y SU INFLUENCIA EN LOS SEGUIDORES DE SU PÁGINA DE FACEBOOK A TRAVÉS DE SUS PUBLICACIONES
Nombre del estudiante	Moisés Sangay Romero
Carrera	Comunicación y Periodismo
Tipo de investigación	Básica/ mixta/ cualitativa/ trasversal/ descriptiva no experimental
Instrumento evaluado	Guía de entrevista - Preguntas no estructuradas

N°	ÍTEM	Relevancia			Coherencia			Claridad			Sugerencia
		1	2	3	1	2	3	1	2	3	
1	¿Por qué su candidatura apostó por la utilización de Facebook para su campaña política digital?	1	2	(3)	1	2	(3)	1	2	(3)	
2	¿Crees que es importante el uso de Facebook para los candidatos que postulan al congreso de la república?	1	2	(3)	1	2	(3)	1	2	(3)	
3	¿Qué tipos de mensajes transmitían por Facebook?	1	2	(3)	1	2	3	1	2	3	
4	¿Quién construía los mensajes para ser publicados por Facebook?	1	2	(3)	1	2	(3)	1	2	(3)	
5	¿Cree que los mensajes lograron convencer al electorado cajamarquino?	1	2	(3)	1	2	3	1	(2)	3	
6	¿Interactuaba con los usuarios en sus publicaciones de Facebook?	1	2	(3)	1	2	3	1	2	3	
7	¿Recomendaría el uso de Facebook a los candidatos políticos de Cajamarca? ¿Por qué?	1	2	3	1	(2)	3	1	(2)	3	

Fuente: Elaboración propia 2022



### III. OBSERVACIÓN O SUGERENCIA

- Considero que las preguntas son correctas, pero al tener un carácter, podría realizarse preguntas más específicas (temas técnicos del manejo de la estrategia comunicacional).
- Los otros instrumentos complementarán el resultado.

### III. VALIDACIÓN Y FIRMA

Firma de experto:



Jorge L. Caballero Luna

Fecha: Cajamarca, 31 de marzo del 2022

Declaro que al firmar he leído totalmente y con detalle la matriz de consistencia y el instrumento entregado por el estudiante, además de llenar esta ficha con el cuidado respectivo, teniendo en cuenta que será usada como aval para realizar la investigación empírica de su tesis

**VALIDACIÓN GENERAL DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

Estimado experto (a), reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando una investigación basada en el análisis de los contenidos y la su influencia en el voto del excandidato al congreso de la república por la región Cajamarca Juan Carlos Díaz Sánchez. En ese sentido, solicito pueda evaluar una encuesta de 20 preguntas en la Escala de Likert que serán hechas a 367 seguidores de Facebook del excandidato congresal. Su sinceridad y participación voluntaria me podrá ayudar a conocer el nivel de influencia que tuvo en el voto de estos seguidores.

**I. DATOS DEL EVALUADOR**

Nombre	ELMER MARIANO AWARADO COUNGA	DNI	46926983
Cargo	DIRECTOR DE COMUNICACIONES DEL GOBIERNO REGIONAL CAJAMARCA		
Carrera	COMUNICACION SOCIAL		
E - mail	malvaradoprensa@hotmail.com	Nº Celular	956375815

**II. DATOS DE LA INVESTIGACIÓN**

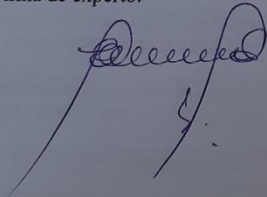
Título de la investigación	CAMPAÑA POLITICA DIGITAL DEL CANDIDATO AL CONGRESO DE LA REPUBLICA JUAN CARLOS DIAZ SANCHEZ Y SU INFLUENCIA EN LOS SEGUIDORES DE SU PAGINA DE FACEBOOK DURANTE EL PERIODO ELECTORAL 2021
Nombre del estudiante	Moisés Sangay Romero
Carrera	Comunicación y Periodismo
Tipo de investigación	Básica/ mixta/ cualitativa/ transversal/ descriptiva no experimental
Instrumento evaluado	Encuesta en la Escala de Likert

**IV. OBSERVACIÓN**

-Especificar de manera particular las preguntas para orientar a resultados más precisos.

**IV: VALIDACION Y FIRMA:**

Firma de experto:



Fecha: Cajamarca, 31 de marzo del 2022

Declaro que al firmar he leído totalmente y con detalle la matriz de consistencia y el instrumento entregado por el estudiante, además de llenar esta ficha con el cuidado respectivo, teniendo en cuenta que será usada como aval para realizar la investigación empírica de su tesis

**Encuesta para tesis utilizando la escala de Likert**





**Encuesta para tesis utilizando la escala de Likert**  
*Nivel de influencia de la campaña política del excandidato al congreso por Cajamarca Juan Carlos Díaz Sánchez*

N°	ÍTEM	Relevancia			Coherencia			Claridad			Sugerencia
		1	2	3	1	2	3	1	2	3	
01	Facebook fue una buena fuente para informarme sobre el candidato al congreso Juan Carlos Díaz	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
02	Fue relevante la información que el hizo el candidato al congreso Juan Carlos Díaz a través de Facebook.	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
03	Me sentí identificado con los contenidos difundidos por el excandidato Juan Carlos Díaz	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
04	Las publicaciones de Facebook de este excandidato generaron en mi interacción	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
05	Consideré útil todo el contenido de Facebook durante la campaña política del 2021	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
06	Aún recuerdo el símbolo o la marca política del partido político del candidato al congreso de Juan Carlos Díaz Sánchez.	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
07	Reaccionaba de manera positiva al contenido del excandidato político Juan Carlos Díaz	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
08	Considero que este candidato político hizo una buena campaña electoral en Facebook.	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
09	El candidato interactuaba con los usuarios mediante la página de Facebook.	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
10	Los contenidos fueron elaborados pensando el público elector.	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
11	Me resultó fácil entender sus contenidos gráficos (fotos, flyers, afiches, imágenes)	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
12	Me resultó fácil entender sus contenidos audiovisuales (gifs - videos)	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
13	El candidato Juan Carlos Díaz Sánchez publicaba información constante durante la campaña política del 2021	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
14	Tuvo influencia en mi voto las publicaciones en Facebook del candidato al congreso Juan Carlos Díaz Sánchez.	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
15	Los contenidos publicados por Juan Carlos Díaz se diferenciaron de otros candidatos políticos	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
16	Juan Carlos Díaz Sánchez sigue difundiendo información política por su página de Facebook.	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
17	Facebook es útil para informarte sobre política.	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
18	Debería mejorar sus estrategias y contenidos digitales en Facebook el excandidato al congreso Juan Carlos Díaz pensando en elecciones futuras.	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
19	Resultó fácil identificarlo en las urnas de votación a este candidato político gracias a la información difundida en su cuenta de Facebook.	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
20	Fue necesario el uso Facebook para que Juan Carlos Díaz Sánchez realizara su campaña política en el 2021	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
21	Me sentí identificado con los contenidos difundidos por el excandidato Juan Carlos Díaz	1	2	3	1	2	3	1	2	3	

Fuente: Elaboración propia 2022

Las respuestas para cada pregunta van en la siguiente escala

Muy de Acuerdo    Algo de acuerdo    Ni de acuerdo ni en desacuerdo    Algo en desacuerdo    Muy en desacuerdo


 CAMPAÑA POLÍTICA DIGITAL - 2021 DEL EXCANDIDATO AL CONGRESO DE LA REPÚBLICA JUAN CARLOS DÍAZ SÁNCHEZ  
 Y SU INFLUENCIA EN LOS SEGUIDORES DE SU PÁGINA DE FACEBOOK A TRAVÉS DE SUS PUBLICACIONES

### **VALIDACIÓN GENERAL DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

Estimado experto (a), reciba mis cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando una investigación basada en el análisis de los contenidos digitales de Facebook y su influencia en el voto del excandidato al Congreso de la República por la región Cajamarca Juan Carlos Díaz Sánchez durante el periodo electoral 2021.

En ese sentido, solicito pueda evaluar 10 ítems en tres criterios: relevancia, coherencia y claridad que serán hechas al Creador de Contenidos Digitales del excandidato congresal. Su sinceridad y participación voluntaria me podrá ayudar a saber por qué el uso de Facebook para campañas políticas.

#### **I.DATOS DEL EVALUADOR**

Nombre	Alejandro Javier Fernandez De La Cruz	DNI	42200153
Cargo	Docente Tiempo Completo Humanidades		
Carrera	Ciencias de la Comunicación		
E – mail	alejandro.fernandez@upn.edu.pe	Nº Celular	923878099

#### **II.DATOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Título de la investigación	CAMPAÑA POLÍTICA DIGITAL - 2021 DEL EXCANDIDATO AL CONGRESO DE LA REPÚBLICA JUAN CARLOS DÍAZ SÁNCHEZ Y SU INFLUENCIA EN LOS SEGUIDORES DE SU PÁGINA DE FACEBOOK A TRAVÉS DE SUS PUBLICACIONES
Nombre del estudiante	Moisés Sangay Romero
Carrera	Comunicación y Periodismo
Tipo de investigación	Básica/ mixta/ transversal/ descriptiva no experimental
Instrumento evaluado	Guía de entrevista – Preguntas no estructuradas

Nº	ÍTEM	Relevancia			Coherencia			Claridad			Sugerencia
		1	2	3	1	2	3	1	2	3	
1	¿Qué tipo de estrategias utilizó para encaminar la campaña electoral?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
2	¿Cómo construían los mensajes para elaborar el contenido?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
3	¿Por qué se optó por utilizar la red social de Facebook?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
4	¿Con que frecuencia se publicaban los contenidos en Facebook?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
5	¿Se tuvo la asesoría de un profesional en comunicaciones?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
6	¿Qué contexto de tomaba en cuenta para el uso de las imágenes?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
7	¿Cómo median el alcance de sus contenidos publicados en Facebook?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
8	¿Cree que los mensajes lograron convencer al electorado cajamarquino?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
9	¿Por qué el candidato no logró llegar al Congreso de la República?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
10	¿Qué diferenciaba al candidato frente a sus rivales políticos?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	


Fuente: Elaboración propia 2022

### **III. OBSERVACIÓN O SUGERENCIA**

Se han levantado las sugeridas anteriormente.

### **IV. VALIDACION Y FIRMA:**

Firma de experto:



DNI. 42200153

**Fecha: Cajamarca, 31 de marzo del 2022**

Declaro que al firmar he leído totalmente y con detalle la matriz de consistencia y el instrumento entregado por el estudiante, además de llenar esta ficha con el cuidado respectivo, teniendo en cuenta que será usada como aval para realizar la investigación empírica de su tesis



## **REGISTRO DE ENTREVISTAS**



*Entrevista presencial con el excandidato al Congreso de la República Juan Carlos Díaz 2022*



*Entrevista presencial con el Creador de Contenidos Digitales Aarón Sangay 2022*

## EQUIPOS ELECTRÓNICOS UTILIZADOS PARA LA GRABACIÓN DE LAS ENTREVISTAS



Cámara Cannon 60D



Micrófono Solapero Lavelier Boya



Laptop Toshiba

Trípode Manfrotto





### CAMPAÑA ENCAMINADA DE MANERA TRADICIONAL DEL EXCANDIATO A CONGRESO DE LA REPÚBLICA JUAN CARLOS DÍAZ



**ANEXO: MATRIZ DE CONSISTENCIA**

**TÍTULO:** CAMPAÑA POLITICA DIGITAL DEL EXCANDIDATO AL CONGRESO DE LA REPÚBLICA JUAN CARLOS DIAZ SÁNCHEZ Y SU INFLUENCIA EN LOS SEGUIDORES DE SU PÁGINA DE FACEBOOK DURANTE EL PERIODO ELECTORAL 2021

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	METODOLOGÍA
¿Cuál es el nivel de influencia de la campaña política digital del excandidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante el periodo electoral del 2021?	Determinar el nivel de influencia de las publicaciones de la página de Facebook del excandidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante el proceso electoral del 2021.	Las publicaciones de Facebook del excandidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez se relacionaron directamente con el nivel de influencia en los seguidores de su página de Facebook durante el proceso electoral del 2021.	<b>Campaña Política Digital</b>	<b>D1</b> Contenido Audiovisual	Tipo de contenido audiovisual  Mensaje Imagen Tiempo Música Texto Color	Spot – Reportaje – Informe – Nota periodística – Entrevista – Transmisión en vivo  Intensión - Duración  Formato – tamaño – Composición Unidad Género – Origen - autor Tipografía – Ortografía Clasificación - significado	<b>Tipo de Investigación</b> Básica/ mixta/ transversal descriptiva no experimental.  <b>Diseño de la Investigación:</b> No Experimental correlacional  <b>Nivel de Investigación</b> Descriptiva <b>Enfoque de la investigación</b> Cualitativo  <b>Población:</b> 11200 seguidores de la página de Facebook Juan Carlos Díaz al Congreso  <b>Muestra</b> 367 seguidores de la página de Facebook Juan Carlos Díaz al Congreso  <b>Técnicas de recolección de datos</b> Encuesta Ficha de Observación Entrevista  <b>Instrumentos</b> Cuestionario en la Escala de Likert Ficha de observación Cuestionario de preguntas no estructuradas (2)
				<b>D2</b> Diseño Grafico	Imágenes Texto Color Tipografía	Fotografía – Diseño Ortografía – Tipografía - Tamaño Clasificación - Significado Familia tipográfica – Intención	
				<b>D3</b> Post Publicados	Actualización Titular Texto Imágenes	Tiempo – Tipo de contenido Tipografía – Tamaño Ortografía – Sintaxis - Tipografía Formato – Tamaño - Composición	
				<b>D4</b> Estrategias	Emocional Informativo	Medio - Percepción – expresión – Características – tipos Medio - Intensión – Tipos – Características	
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	<b>Seguidores de página de Facebook</b>	<b>D5</b> Interacción	Comentarios  Reacciones  Compartidas	Positivos – Negativos – Características – Respuestas del candidato  Significado – tipo  Nº Compartidas - Tipo de contenido -	
				<b>D6</b> Identificación	Comentarios Reacciones Población Mensajería	Tipos – características Positivas Sexo – Edad Intensión – características	
	Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021.						
	Describir las características de la interacción de los usuarios, respecto de las publicaciones de Facebook del excandidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz durante la campaña política del 2021						
	Identificar el nivel de recordación de la campaña política digital del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz durante la campaña política del 2021						

## **FICHA DE OBSERVACIÓN**

**Objetivo:** Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021

<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Resultados de la observación</b>
<b>Contenido Audiovisual</b>	<b>Tipo</b>	<i>Sopt – Reportaje – Informe – Nota periodística – Entrevista – Transmisión en vivo</i>	
	<i>Mensaje</i>	<i>Intensión – Duración</i>	
	<i>Imagen</i>	<i>Formato – tamaño - Composición</i>	
	<i>Tiempo</i>	<i>Unidad</i>	
	<i>Música</i>	<i>Género – Origen - autor</i>	
	<i>Texto</i>	<i>Tipografía – Ortografía</i>	
	<i>Color</i>	<i>Clasificación</i>	
<b>Diseño Grafico</b>	<i>Imágenes</i>	<i>Fotografía – Diseño</i>	
	<i>Texto</i>	<i>Ortografía – Tipografía - Tamaño</i>	
	<i>Color</i>	<i>Clasificación - Significado</i>	
	<i>Tipografía</i>	<i>Familia tipográfica – Intención</i>	
<b>Post Publicados</b>	<i>Actualización</i>	<i>Tiempo – Tipo de contenido</i>	
	<i>Titular</i>	<i>Tipografía – Tamaño</i>	
	<i>Texto</i>	<i>Ortografía – Sintaxis - Tipografía</i>	
	<i>Imágenes</i>	<i>Formato – Tamaño – Composición</i>	

<i>Estrategias</i>	<i>Emocional</i>	<i>Medio - Percepción – expresión – Características – tipos</i>	
	<i>Informativo</i>	<i>Medio - Intensión – Tipos – Características</i>	
<i>Interacción</i>	<i>Comentarios</i>	<i>Positivos – Negativos – Características – Respuestas del candidato</i>	
	<i>Reacciones</i>	<i>Significado – tipo</i>	
	<i>Compartidas</i>	<i>Nº Compartidas - Tipo de contenido -</i>	
<i>Identificación</i>	<i>Comentarios</i>	<i>Tipos – características</i>	
	<i>Reacciones</i>	<i>Positivas</i>	
	<i>Población</i>	<i>Sexo – Edad</i>	
	<i>Mensajería</i>	<i>Intensión – características</i>	

*Fuente: Elaboración propia*



# VALIDACIÓN GENERAL DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Estimado experto (a), reciba mis cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando una investigación basada en el análisis de los contenidos digitales de Facebook y su influencia en el voto del excandidato al Congreso de la República por la región Cajamarca Juan Carlos Díaz Sánchez durante el período electoral 2021. En ese sentido, solicito pueda evaluar 7 ítems en tres criterios: relevancia, coherencia y claridad que serán hechas al excandidato congresal. Su sinceridad y participación voluntaria me podrá ayudar a saber por qué el uso de Facebook para campañas políticas.

## I. DATOS DEL EVALUADOR

Nombre		DNI	
Cargo			
Carrera			
E – mail		N° Celular	

## II. DATOS DE LA INVESTIGACIÓN

Título de la investigación	<b>CAMPAÑA POLÍTICA DIGITAL - 2021 DEL EXCANDIDATO AL CONGRESO DE LA REPÚBLICA JUAN CARLOS DÍAZ SÁNCHEZ Y SU INFLUENCIA EN LOS SEGUIDORES DE SU PÁGINA DE FACEBOOK A TRAVÉS DE SUS PUBLICACIONES</b>
Nombre del estudiante	Moisés Sangay Romero
Carrera	Comunicación y Periodismo
Tipo de investigación	Básica/ mixta/ cualitativa/ trasversal/ descriptiva no experimental
Instrumento evaluado	Guía de entrevista – Preguntas no estructuradas

N°	ÍTEM	Relevancia			Coherencia			Claridad			Sugerencia
		1	2	3	1	2	3	1	2	3	
1	¿Por qué su candidatura apostó por la utilización de Facebook para su campaña política digital?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
2	¿Crees que es importante el uso de Facebook para los candidatos que postulan al congreso de la república?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
3	¿Qué tipos de mensajes transmitían por Facebook?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
4	¿Quién construía los mensajes para ser publicados por Facebook?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
5	¿Cree que los mensajes lograron convencer al electorado cajamarquino?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
6	¿Interactuaba con los usuarios en sus publicaciones de Facebook?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
7	¿Recomendaría el uso de Facebook a los candidatos políticos de Cajamarca? ¿Por qué?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	

## III. OBSERVACIÓN O SUGERENCIA

### **III. VALIDACIÓN Y FIRMA**

Firma de experto:

**Fecha: Cajamarca, 31 de marzo del 2022**

Declaro que al firmar he leído totalmente y con detalle la matriz de consistencia y el instrumento entregado por el estudiante, además de llenar esta ficha con el cuidado respectivo, teniendo en cuenta que será usada como aval para realizar la investigación empírica de su tesis

### **VALIDACIÓN GENERAL DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

Estimado experto (a), reciba mis cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando una investigación basada en el análisis de los contenidos digitales de Facebook y su influencia en el voto del excandidato al Congreso de la República por la región Cajamarca Juan Carlos Díaz Sánchez durante el período electoral 2021.

En ese sentido, solicito pueda evaluar 10 ítems en tres criterios: relevancia, coherencia y claridad que serán hechas al Creador de Contenidos de Digitales del excandidato congresal. Su sinceridad y participación voluntaria me podrá ayudar a saber por qué el uso de Facebook para campañas políticas.

### **I.DATOS DEL EVALUADOR**

Nombre		DNI	
Cargo			
Carrera			
E – mail		N° Celular	

### **II.DATOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Título de la investigación	<b>CAMPAÑA POLÍTICA DIGITAL - 2021 DEL EXCANDIDATO AL CONGRESO DE LA REPÚBLICA JUAN CARLOS DÍAZ SÁNCHEZ Y SU INFLUENCIA EN LOS SEGUIDORES DE SU PÁGINA DE FACEBOOK A TRAVÉS DE SUS PUBLICACIONES</b>
Nombre del estudiante	
Carrera	Moisés Sangay Romero
Tipo de investigación	Comunicación y Periodismo
Instrumento evaluado	Básica/ mixta/ trasversal/ descriptiva no experimental
	Guía de entrevista – Preguntas no estructuradas

		<b>Relevancia</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Claridad</b>	<b>Sugerencia</b>
--	--	-------------------	-------------------	-----------------	-------------------

**CAMPAÑA POLÍTICA DIGITAL - 2021 DEL EXCANDIDATO AL CONGRESO DE LA REPÚBLICA JUAN CARLOS DÍAZ SÁNCHEZ  
 Y SU INFLUENCIA EN LOS SEGUIDORES DE SU PÁGINA DE FACEBOOK A TRAVÉS DE SUS PUBLICACIONES**

N°	ÍTEM	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
1	¿Qué tipo de estrategias utilizó para encaminar la campaña electoral?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
2	¿Cómo construían los mensajes para elaborar el contenido?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
3	¿Por qué se optó por utilizar la red social de Facebook?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
4	¿Con que frecuencia se publicaban los contenidos en Facebook?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
5	¿Se tuvo la asesoría de un profesional en comunicaciones?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
6	¿Qué contexto de tomaba en cuenta para el uso de las imágenes?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
7	¿Cómo median el alcance de sus contenidos publicados en Facebook?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
8	¿Cree que los mensajes lograron convencer al electorado cajamarquino?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
9	Por qué el candidato no logró llegar al Congreso de la República?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
10	¿Qué diferenciaba al candidato frente a sus rivales políticos?	1	2	3	1	2	3	1	2	3	

**III.OBSERVACIÓN O SUGERENCIA**
**IV: VALIDACION Y FIRMA:**

Firma de experto:

**Fecha: Cajamarca, 31 de marzo del 2022**

Declaro que al firmar he leído totalmente y con detalle la matriz de consistencia y el instrumento entregado por el estudiante, además de llenar esta ficha con el cuidado respectivo, teniendo en cuenta que será usada como aval para realizar la investigación empírica de su tesis

## **VALIDACIÓN GENERAL DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

Estimado experto (a), reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando una investigación basada en el análisis de los contenidos digitales de Facebook y la su influencia en el voto del excandidato al Congreso de la República por la región Cajamarca Juan Carlos Díaz Sánchez.

En ese sentido, solicito pueda evaluar una encuesta de 20 preguntas en la Escala de Likert en tres criterios: relevancia, coherencia y claridad que serán hechas a 367 seguidores de Facebook del excandidato congresal. Su sinceridad y participación voluntaria me podrá ayudar a conocer el nivel de influencia que tuvo en el voto de estos seguidores.

### **I.DATOS DEL EVALUADOR**

Nombre		DNI	
Cargo			
Carrera			
E – mail		Nº Celular	

### **II.DATOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Título de la investigación	CAMPAÑA POLÍTICA DIGITAL - 2021 DEL EXCANDIDATO AL CONGRESO DE LA REPÚBLICA JUAN CARLOS DÍAZ SÁNCHEZ Y SU INFLUENCIA EN LOS SEGUIDORES DE SU PÁGINA DE FACEBOOK A TRAVÉS DE SUS PUBLICACIONES
Nombre del estudiante	Moisés Sangay Romero
Carrera	Comunicación y Periodismo
Tipo de investigación	Básica/ mixta/ cualitativa/ transversal/ descriptiva no experimental
Instrumento evaluado	Encuesta en la Escala de Likert

### **III.OBSERVACIÓN**

### **IV.VALIDACION Y FIRMA:**

Firma de experto:

**Fecha: Cajamarca, 31 de marzo del 2022**

Declaro que al firmar he leído totalmente y con detalle la matriz de consistencia y el instrumento entregado por el estudiante, además de llenar esta ficha con el cuidado respectivo, teniendo en cuenta que será usada como aval para realizar la investigación empírica de su tesis.

**Encuesta para tesis utilizando la escala de Likert**

### Nivel de influencia de la campaña política del excandidato al congreso por Cajamarca Juan Carlos Díaz Sánchez

N°	ÍTEM	Relevancia			Coherencia			Claridad			Sugerencia
		1	2	3	1	2	3	1	2	3	
01	Facebook fue una buena fuente para informarme sobre el candidato al congreso Juan Carlos Díaz	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
02	Fue relevante la información que el hizo el candidato al congreso Juan Carlos Díaz a través de Facebook.	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
03	Me sentí identificado con los contenidos difundidos por el excandidato Juan Carlos Díaz	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
04	Las publicaciones de Facebook de este excandidato generaron en mi interacción	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
05	Consideró útil todo el contenido de Facebook durante la campaña política del 2021	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
06	Aún recuerdo el símbolo o la marca política del partido político del candidato al congreso de Juan Carlos Díaz Sánchez.	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
07	Reaccionaba de manera positiva al contenido del excandidato político Juan Carlos Díaz	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
08	Considero que este candidato político hizo una buena campaña electoral en Facebook.	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
09	El candidato interactuaba con los usuarios mediante la página de Facebook.	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
10	Los contenidos fueron elaborados pensando el público elector.	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
11	Me resultó fácil entender sus contenidos gráficos (fotos, flyers, afiches, imágenes)	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
12	Me resultó fácil entender sus contenidos audiovisuales (gifs – videos)	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
13	El candidato Juan Carlos Díaz Sánchez publicaba información constante durante la campaña política del 2021	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
14	Tuvo influencia en mi voto las publicaciones en Facebook del candidato al congreso Juan Carlos Díaz Sánchez.	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
15	Los contenidos publicados por Juan Carlos Díaz se diferenciaron de otros candidatos políticos	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
16	Juan Carlos Díaz Sánchez sigue difundiendo información política por su página de Facebook.	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
17	Facebook es útil para informarte sobre política.	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
18	Debería mejorar sus estrategias y contenidos digitales en Facebook el excandidato al congreso Juan Carlos Díaz pensando en elecciones futuras.	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
19	Resultó fácil identificarlo en las urnas de votación a este candidato político gracias a la información difundida en su cuenta de Facebook.	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
20	Fue necesario el uso Facebook para que Juan Carlos Díaz Sánchez realizara su campaña política en el 2021	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
21	Me sentí identificado con los contenidos difundidos por el excandidato Juan Carlos Díaz	1	2	3	1	2	3	1	2	3	

Las respuestas para cada pregunta van en la siguiente escala

Muy de Acuerdo    Algo de acuerdo    Ni de acuerdo ni en desacuerdo    Algo en desacuerdo    Muy en desacuerdo

Fuente: Elaboración propia

## **VALIDACIÓN GENERAL DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

Estimado experto (a), reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando una investigación basada en el análisis de los contenidos digitales de Facebook y la su influencia en el voto del excandidato al Congreso de la República por la región Cajamarca Juan Carlos Díaz Sánchez.

En ese sentido, solicito pueda evaluar la siguiente Ficha de Observación que servirá para describir 30 publicaciones de Facebook del excandidato al Congreso de la República Juan Carlos Díaz. Su sinceridad y participación voluntaria me podrá ayudar a conocer el nivel de influencia que tuvo en el voto de estos seguidores.

### **I.DATOS DEL EVALUADOR**

Nombre		DNI	
Cargo			
Carrera			
E – mail		N° Celular	

### **II.DATOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Título de la investigación	CAMPAÑA POLÍTICA DIGITAL - 2021 DEL EXCANDIDATO AL CONGRESO DE LA REPÚBLICA JUAN CARLOS DÍAZ SÁNCHEZ Y SU INFLUENCIA EN LOS SEGUIDORES DE SU PÁGINA DE FACEBOOK A TRAVÉS DE SUS PUBLICACIONES
Nombre del estudiante	Moisés Sangay Romero
Carrera	Comunicación y Periodismo
Tipo de investigación	Básica/ mixta/ cualitativa/ transversal/ descriptiva no experimental
Instrumento evaluado	Encuesta en la Escala de Likert

**FICHA DE OBSERVACIÓN**

**Objetivo:** Describir las publicaciones de Facebook del candidato al congreso de la república Juan Carlos Díaz Sánchez durante la campaña política del 2021

<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Resultados de la observación</b>
<b>Contenido Audiovisual</b>	<b>Tipo</b>	<i>Sopt – Reportaje – Informe – Nota periodística – Entrevista – Transmisión en vivo</i>	
	<i>Mensaje</i>	<i>Intención – Duración</i>	
	<i>Imagen</i>	<i>Formato – tamaño - Composición</i>	
	<i>Tiempo</i>	<i>Unidad</i>	
	<i>Música</i>	<i>Género – Origen - autor</i>	
	<i>Texto</i>	<i>Tipografía – Ortografía</i>	
	<i>Color</i>	<i>Clasificación</i>	
<b>Diseño Grafico</b>	<i>Imágenes</i>	<i>Fotografía – Diseño</i>	
	<i>Texto</i>	<i>Ortografía – Tipografía - Tamaño</i>	
	<i>Color</i>	<i>Clasificación - Significado</i>	
	<i>Tipografía</i>	<i>Familia tipográfica – Intención</i>	
<b>Post Publicados</b>	<i>Actualización</i>	<i>Tiempo – Tipo de contenido</i>	
	<i>Titular</i>	<i>Tipografía – Tamaño</i>	
	<i>Texto</i>	<i>Ortografía – Sintaxis - Tipografía</i>	
	<i>Imágenes</i>	<i>Formato – Tamaño – Composición</i>	



<i>Estrategias</i>	<i>Emocional</i>	<i>Medio - Percepción – expresión – Características – tipos</i>	
	<i>Informativo</i>	<i>Medio - Intensión – Tipos – Características</i>	
<i>Interacción</i>	<i>Comentarios</i>	<i>Positivos – Negativos – Características – Respuestas del candidato</i>	
	<i>Reacciones</i>	<i>Significado – tipo</i>	
	<i>Compartidas</i>	<i>Nº Compartidas - Tipo de contenido -</i>	
<i>Identificación</i>	<i>Comentarios</i>	<i>Tipos – características</i>	
	<i>Reacciones</i>	<i>Positivas</i>	
	<i>Población</i>	<i>Sexo – Edad</i>	
	<i>Mensajería</i>	<i>Intensión – características</i>	

### Valoración de las dimensiones

INDICADORES	DIFIENE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
	-60 %	70 %	80 %	90%	100%
Contenido audiovisual					
Diseño Gráfico					
Post publicados					
Estrategia					
Interacción					
Identificación					

### III.OBSERVACION O SUGERENCIA

#### **IV.VALIDACIÓN Y FIRMA**

**Fecha: Cajamarca 31 de marzo del 2022**

Declaro que al firmar he leído totalmente y con detalle la matriz de consistencia y el instrumento entregado por el estudiante, además de llenar esta ficha con el cuidado respectivo, teniendo en cuenta que será usada como aval para realizar la investigación empírica de su tesis.