

UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIA POLÍTICA Y GOBERNABILIDAD



Tesis

Discurso político y procesos electorales en los estudiantes de la Universidad Nacional
Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021

Presentado por:

Milagros Huaman Merma

Para optar el título de Licenciado en Ciencia Política y Gobernabilidad

Abancay, Perú

2025



UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIA POLÍTICA Y GOBERNABILIDAD



TESIS

**Discurso político y procesos electorales en los estudiantes de la Universidad
Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021**

Presentado por **Milagros Huaman Merma**, para optar el título de Licenciado de
Ciencia Política y Gobernabilidad

Sustentado y aprobado el 19 de agosto del 2025 ante el jurado evaluador:

Presidente:

Dr. Hernán Hurtado Trujillo

Primer miembro:

Mg. Freddy Barrios Sánchez

Segundo miembro:

Mg. Oswaldo Quispe Quispe

Asesor:

Dr. Oscar Arbieto Mamani



UNIVERSIDAD NACIONAL
MICAELA BASTIDAS
DE APURIMAC

Licenciada por SUNEDU

CONSTANCIA DE SIMILITUD N° 289 -2025

La Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, a través de la Unidad de Investigación de la Facultad de Educación y Ciencias Sociales, declara que la Tesis intitulada: **Discurso político y procesos electorales en los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021**, presentado por la bachiller **Milagros Huaman Merma**, para optar el título de Licenciado en Ciencia Política y Gobernabilidad, ha sido sometido a un mecanismo de evaluación de verificación de similitud, a través del software Turnitin, siendo el índice de similitud **ACEPTABLE (8%)**, por lo que cumple con los criterios de originalidad establecidos por la Universidad.

Abancay, 04 de diciembre del 2025



UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS
DE APURIMAC

Dra. Belen Cabrera Navarrete
DIRECTORA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN FECS

Unidad de Investigación
**Facultad de Educación y Ciencias
Sociales**

Agradecimiento

Agradezco a Dios por guiarme en el proceso de esta investigación y al Mg. Wilmer Reaño Sánchez, por su guía y apoyo durante la realización de esta investigación.

Agradezco al Dr. Víctor Raúl Nomberto Bazán por sus sugerencias, las cuales contribuyeron significativamente a mejorar la calidad de este trabajo. Al Dr. Oscar Arbieta Mamani Su compromiso y paciencia han sido una fuente constante de motivación.

Milagros Huamán Merma



Dedicatoria

Dedico esta investigación a mis padres, quienes fueron el apoyo incondicional para lograr esta etapa de mi vida y a mis abuelos Constantina y Nicanor quienes siempre han estado presentes apoyándome de una u otra forma.

Milagros Huamán Merma



Discurso político y procesos electorales en los estudiantes de la Universidad Nacional

Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021

Línea de investigación: Sistema político y gobernabilidad.

Esta publicación está bajo una Licencia Creative Commons



ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
RESUMEN	3
ABSTRACT	4
CAPÍTULO I	5
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.1 Descripción del problema	5
1.2 Enunciado del Problema	6
1.2.1 Problema general	6
1.2.2 Problemas específicos	6
1.3 Justificación de la investigación	7
1.3.1 Justificación Teórica	7
1.3.2 Justificación Práctica	7
1.3.3 Justificación Metodológica	7
1.3.4 Justificación Social	8
1.4 Ubicación y contextualización	8
CAPÍTULO II	10
OBJETIVOS E HIPÓTESIS	10
2.1.1 Objetivo general	10
2.1.2 Objetivos específicos	10
2.2 Hipótesis de la investigación	10
2.2.1 Hipótesis general	10
2.2.2 Hipótesis específicas	11
2.3 Operacionalización de variables	11
CAPÍTULO III	13
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	13
3.1 Antecedentes	13
3.2 Marco teórico	17
3.2.1 Discurso político	17
3.2.2 Procesos electorales	25
3.3 Marco conceptual	27



CAPÍTULO IV	31
METODOLOGÍA	31
4.1 Tipo y nivel de investigación	31
4.2 Diseño de la investigación	31
4.3 Descripción ética de la investigación	31
4.4 Población y muestra	31
4.5 Procedimiento	32
4.6 Técnica e instrumentos	32
4.7 Estadístico de investigación	33
4.7.1 Tratamiento de datos	33
4.7.2 Prueba estadística	33
CAPÍTULO V	35
RESULTADOS Y DISCUSIONES	35
5.1 Análisis de resultados	35
5.2 Contrastación de hipótesis	44
5.2.1 Prueba de hipótesis	44
5.3 Discusión	51
CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	57
6.1 Conclusiones	57
6.2 Recomendaciones	57
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59
ANEXOS	62



ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Matriz de operacionalización de variables	12
Tabla 2 Análisis descriptivo de la variable discurso político y sus dimensiones	35
Tabla 3 Análisis descriptivo de la variable procesos electorales y sus dimensiones	36
Tabla 4 Cruce del discurso político y procesos electorales	37
Tabla 5 Cruce del discurso político y posicionamiento	39
Tabla 6 Cruce del discurso político y decisión del voto	41
Tabla 7 Cruce del discurso político e interacción política	42
Tabla 8 Correlación entre variables	45
Tabla 9 Informe de ajuste de modelo de la Ha	45
Tabla 10 El R2 de la Ha	46
Tabla 11 Correlación entre el discurso político y el posicionamiento	46
Tabla 12 Informe de ajuste de modelo	47
Tabla 13 El R2 de la Ha	48
Tabla 14 Correlación entre el discurso político y la decisión del voto	48
Tabla 15 Informe de ajuste de modelo	49
Tabla 16 El R2 de la Ha	49
Tabla 17 Correlación entre el discurso político y la interacción política	50
Tabla 18 Informe de ajuste de modelo	51
Tabla 19 El R2 de la Ha	51
Tabla 20 Matriz de consistencia	63



ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 Cuadro de fórmula para la muestra de población finita	32
Figura 2 Gráfico de barras de discurso político y procesos electorales	38
Figura 3 Gráfico de barras de discurso político y posicionamiento	39
Figura 4 Gráfico de barras de discurso político y decisión del voto	41
Figura 5 Gráfico de barras de discurso político e interacción política	43
Figura 6 Proceso de aplicación del cuestionario en el campus de la Universidad Nacional Micaela Bastidas	64
Figura 7 Proceso de aplicación en los estudiantes sobre su percepción del discurso político	64
Figura 8 Validación de instrumento	65
Figura 9 Validación de instrumento	66
Figura 10 Validación de instrumento	67
Figura 11 Validación de instrumento	68
Figura 12 Confiabilidad de instrumento	69
Figura 13 Confiabilidad de instrumento	70
Figura 14 Base de datos Excel	71
Figura 15 Base de datos Excel	72
Figura 16 Base de datos Excel	73
Figura 17 Base de datos Excel	74
Figura 18 Base de datos Excel	75
Figura 19 Base de datos Excel	76
Figura 20 Base de datos Excel	77
Figura 21 Encuesta piloto	78
Figura 22 Encuesta piloto	79
Figura 23 Cuestionario	80
Figura 24 Cuestionario	81
Figura 25 Cuestionario	81
Figura 26 Cuestionario	83
Figura 27 Cuestionario	84
Figura 28 Cuestionario	85
Figura 29 Cuestionario	86



Figura 30 Cuestionario	87
Figura 31 Cuestionario	88
Figura 32 Cuestionario	89



INTRODUCCIÓN

Hoy en día el discurso político desempeña un rol crucial al dar a conocer ideologías frente a una determinada población. Los candidatos emplean el discurso político para transmitir sus propuestas e ideas, con el objetivo de captar la mayor cantidad de electores y persuadirlos mediante información.

En el Perú, la segunda vuelta de las elecciones presidenciales se llevó a cabo el 6 de junio de 2021. En este contexto, el presente estudio tiene como objetivo analizar cómo el discurso político influye en la decisión de voto de los jóvenes durante dicho proceso electoral. Este tipo de discurso busca generar un comportamiento específico en los ciudadanos, moldeando sus percepciones y decisiones.

Según Dijk, V (2007) Las elecciones se desarrollan con el propósito de elegir a las autoridades que liderarán el país, pero la decisión del voto está fuertemente influenciada por el discurso político. Este discurso tiene la capacidad de comunicar ideas o propuestas de manera persuasiva, apelando frecuentemente a las emociones, lo que puede ser determinante en la decisión final de los votantes.

La presente investigación busca determinar el grado de influencia del discurso político en el proceso electoral presidencial, bajo la perspectiva de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: Elecciones presidenciales 2021.

La investigación está dividida en 6 partes.

Cabe precisar que, antes del capítulo I, se precisa los datos generales de la presente investigación, el título, ejecutor y asesor, línea de investigación, los cuales nos ubicarán en un contexto para seguir con nuestra investigación.

El CAPÍTULO I, consiste en plantear el problema (descripción del problema), justificación, ubicación y contextualización del proyecto.



En el CAPÍTULO II, trata sobre los objetivos, hipótesis y variables planteados, asimismo habrá una operacionalización de las variables que serán pilar fundamental en la investigación.

En el CAPÍTULO III, aquí se fundamentan las aproximaciones teóricas sobre nuestras variables, también tocaremos como antecedentes a otros trabajos de manera rigurosa respecto a temas que conciernen con la investigación.

En el CAPÍTULO IV, encontraremos el diseño metodológico, por lo tanto, se describirá el tipo de investigación a realizar, diseño y técnicas e instrumentos de investigación según sostienen distintos autores. Identificaremos nuestra muestra que servirá para llegar a tener resultados más exactos.

En el CAPÍTULO V, en este capítulo se podrá observar los resultados de la investigación, la contrastación de las hipótesis y la discusión.

En el CAPÍTULO VI, en este capítulo se podrá observar las conclusiones y recomendaciones.



RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo determinar el grado de influencia del discurso político en los procesos electorales, desde la perspectiva de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac durante las elecciones presidenciales de 2021. Para alcanzar los objetivos planteados, se adoptó un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y un nivel correlacional-causal.

Se aplicaron cuestionarios a una muestra de 348 estudiantes universitarios. Los resultados evidenciaron un coeficiente de correlación de 0,908, con una significancia de 0,001 y un valor de R^2 de Nagelkerke de 94%, lo que indica un alto grado de influencia del discurso político en los procesos electorales.

En conclusión, el discurso político tiene una influencia positiva y significativa en los procesos electorales, según la perspectiva de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac durante las elecciones presidenciales de 2021.

Palabras clave: discurso político, proceso electoral, posicionamiento.



ABSTRACT

The objective of this study was to determine the degree of influence of political discourse on electoral processes, from the perspective of the students of the Micaela Bastidas de Apurímac National University during the 2021 presidential elections. To achieve the stated objectives, an approach was adopted quantitative, with a non-experimental design and a causal correlational.

Questionnaires were administered to a sample of 348 university students. The results showed a correlation coefficient of 0.908, with a significance of 0.001 and a Nagelkerke R² value of 94%, which indicates a high degree of influence of political discourse in electoral processes.

In conclusion, political discourse has a positive and significant influence on electoral processes, according to the perspective of the students of the Micaela Bastidas de Apurímac National University during the 2021 presidential elections.

Keywords: *political discourse, electoral process, positioning.*

.



CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

Para comprender adecuadamente el tema de investigación, que se centra en la influencia del discurso político en los procesos electorales, es importante destacar que se mencionara a nivel internacional organizaciones como la ONU juegan un rol importante, también a nivel nacional y local el planteamiento de problema, como surge de manera general a específica, a continuación, se mencionara como, a nivel internacional, los políticos emplean diversas estrategias para persuadir a la población. Una de estas estrategias consiste en justificar sus acciones pasadas, especialmente en áreas donde su desempeño fue cuestionado. Por ejemplo, Hobbs (2008) menciona casos en los que el expresidente Bush utilizó metáforas para justificar sus decisiones sobre el incremento de tropas estadounidenses en Irak, demostrando cómo el discurso político puede ser empleado para legitimar determinadas acciones.

Asimismo, investigaciones como la de Ekström (2012) sobre entrevistas televisadas en campañas electorales evidencian que el lenguaje corporal, incluidas las expresiones faciales y posturas, impacta significativamente en la percepción de los candidatos. Esto resalta el cuidado minucioso que se pone en los detalles del discurso político. Sin embargo, no puede afirmarse categóricamente que cada palabra, gesto o acción de los políticos tenga una intención deliberada de influir; más bien, es razonable suponer que sus expresiones tienen tanto consecuencias intencionadas como no intencionadas.

Según Benoit et al. (2003), el propósito principal del discurso político en campañas es persuadir a suficientes ciudadanos para ganar las elecciones. Este enfoque es ampliamente aceptado entre los analistas del discurso político, y los candidatos son cautelosos al controlar y manipular los efectos de sus mensajes durante las campañas.

En el contexto nacional, las elecciones presidenciales celebradas el 6 de junio de 2021 plantearon interrogantes sobre cómo el discurso político influye en la decisión de voto de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac.



En un país multicultural como el Perú, la percepción de los jóvenes universitarios respecto al discurso político está influenciada por factores como la educación, la economía, la sociedad y la cultura, lo que genera perspectivas diversas sobre los temas políticos según las regiones. Durante los procesos electorales, los jóvenes expresan sus opiniones a través de diferentes medios de comunicación, lo que refleja su participación activa en la discusión política.

El discurso político es una forma esencial de interacción social en la vida cotidiana, particularmente para los jóvenes universitarios, quienes están informados sobre los procesos electorales y desempeñan un rol activo en las discusiones políticas. Durante las elecciones presidenciales de 2021, se observó que los candidatos utilizaron el discurso político como una estrategia para presentar sus propuestas a la ciudadanía durante las visitas a las diferentes ciudades.

El discurso político se manifiesta mediante las elecciones y los jóvenes son participes es por eso que hay líderes que son los dirigentes, es por eso que en la universidad hay movimientos políticos, y también tenemos líderes políticos, que están en proceso y tienen un rol activo en la actualidad.

1.2 Enunciado del problema

1.2.1 Problema general

¿De qué manera influye el discurso político en los procesos electorales, según la perspectiva de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac durante las elecciones presidenciales de 2021?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿De qué manera influye el discurso político en el posicionamiento de los candidatos, según la perspectiva de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac durante las elecciones presidenciales de 2021?



- ¿De qué manera influye el discurso político en la decisión de voto de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac durante las elecciones presidenciales de 2021?
- ¿De qué manera influye el discurso político en la interacción política de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac durante las elecciones presidenciales de 2021?

1.3 Justificación de la investigación

1.3.1 Justificación teórica

Este estudio se enfoca en enriquecer los fundamentos teóricos del discurso político en los procesos electorales. Según Dijk, V (2007) contribuye al conocimiento y la validación de teorías relacionadas con el discurso político y la toma de decisiones de voto, explorando su influencia en los procesos electorales. Por lo tanto, esta investigación ampliará el conocimiento existente en cuanto a las variables de estudio contribuye a las teorías y a las corrientes mencionadas en esta investigación como la de Segovia en Chile, también contribuye a los objetivos obtenidos y también cerrará la brecha investigativa en el área tratada, enriqueciendo así el campo de las ciencias políticas en la región de Apurímac.

1.3.2 Justificación práctica

Esta investigación arrojará resultados que pueden ser directa o indirectamente beneficiosos para partidos políticos y candidatos en las elecciones, según Habermas (1985) con una investigación correlacional busca demostrar una correlación significativa. Los hallazgos podrían ser utilizados para mejorar estrategias de campaña y discursos políticos con base en la relación identificada.

1.3.3 Justificación metodológica

Al concluir este estudio, mediante una metodología adecuada para abordar la influencia del discurso político en los procesos electorales, según Hobbs (208) se proporcionará los resultados correctos de la investigación mediante una metodología adecuada. Además, se presentarán técnicas e instrumentos



apropiados para llevar a cabo un estudio de nivel correlacional-causal exitoso, que permita analizar la relación causal entre las variables de interés. Esta metodología servirá como base para investigaciones futuras sobre cómo el discurso político impacta en el comportamiento electoral, y proporcionará un enfoque claro para estudios similares que busquen explorar esta influencia desde una perspectiva cuantitativa.

1.3.4 Justificación social

Esta investigación busca comprender si el discurso político influye en las decisiones de voto de los estudiantes de la UNAMBA en las elecciones presidenciales de 2021. Según Meguire (2003) Considerando el discurso político de los candidatos de diferentes partidos en el país, se analizará cómo los jóvenes toman sus decisiones de voto y su capacidad para involucrarse en cuestiones políticas. Los jóvenes están conectados al proceso electoral y utilizan el poder del discurso en sus decisiones de voto.

Dado que hay escasa investigación sobre este tema en la zona de Tamburco, se lleva a cabo esta investigación para contribuir al conocimiento. La investigación aporta una perspectiva novedosa al revelar cómo el discurso político influye y se manifiesta en el proceso electoral.

La toma de decisiones de voto está estrechamente relacionada con los jóvenes, quienes representan el futuro del país y desempeñarán un papel importante en su dirección. Por lo tanto, es fundamental que el discurso político sea persuasivo, ya que, en un proceso electoral, el objetivo es fomentar la participación en la democracia.

1.4 Ubicación y contextualización

El informe se llevará a cabo en la Universidad Nacional Micaela Bastidas de la provincia de Abancay, en la región de Apurímac, y estará dirigido a los estudiantes de esta universidad, a través de una encuesta.

El período de tiempo cubre las elecciones presidenciales celebradas el 6 de junio de 2021, en un contexto de crisis política, sanitaria debido a la pandemia



del COVID-19, y económica, producto de la crisis sanitaria, que ha generado un aumento del desempleo en el país.



CAPÍTULO II

OBJETIVOS E HIPÓTESIS

2.1 Objetivos de la investigación

2.1.1 Objetivo general

Determinar el grado de influencia del discurso político en los procesos electorales, bajo la perspectiva de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021.

2.1.2 Objetivos específicos

- Establecer la influencia del discurso político en el posicionamiento de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021.

- Establecer la influencia del discurso político en la decisión del voto de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021.

- Determinar la influencia del discurso político en la interacción política de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021.

2.2 Hipótesis de la investigación

2.2.1 Hipótesis general

El discurso político influye de manera positiva y significativa en los procesos electorales bajo la perspectiva de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021.



2.2.2 Hipótesis específicas

- El discurso político influye de manera positiva y significativa en el posicionamiento, bajo la perspectiva de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021.
- El discurso político influye de manera positiva y significativa en la decisión del voto de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021.
- El discurso político influye de manera positiva y significativa en la interacción política, bajo la perspectiva de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021.

2.3 Operacionalización de variables

- a) **Discurso político:** Según Dijk V (2007) Es el núcleo central de la comunicación política, se encuentra en el centro de cualquier evento comunicativo relacionado con cuestiones políticas, ya sea en contextos electorales o de crisis. Su impacto, tanto real como potencial, se deriva de una serie de estrategias discursivas utilizadas y de lo que se omite o no se menciona. Este tipo de discurso puede manifestarse a través de diversos medios, desde los tradicionales como la televisión, la prensa y la radio, hasta las nuevas tecnologías de comunicación, que ofrecen formas más modernas de transmitir información.
- b) **Procesos electorales:** Según Dorantes y Aguilar (2012) los procesos electorales pueden verse como una forma de elegir a aquellos que ocuparán posiciones de poder en función de las necesidades y deseos expresados por los ciudadanos. Estos procesos se diferencian de otras formas de asignación de poder, como la sucesión. Lo que distingue las elecciones es el papel que se otorga a la participación de las personas en el sistema político de la organización. Esta participación está regulada de manera legal por las leyes y las instituciones que conforman el sistema electoral.



Tabla 1

Matriz de operacionalización de variables

Variables de estudio	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Discurso político	Actitud Política	Disposición de participación	Escala de Likert (1 = Muy en desacuerdo, 5 = Muy de acuerdo)
		Preferencia de propuestas	
	Sentimiento político	Sentimiento de identidad político	
		Sentimiento parental	
		Ideología	
Cognición social	Coyuntura		
Procesos electorales	Posicionamiento	Lenguaje y retórica	Escala de Likert (1 = Muy en desacuerdo, 5 = Muy de acuerdo)
		Posición del partido	
		Posición en encuestas	
	Decisión del voto	Percepción social	
		Comportamiento electoral	
Interacción política	Debates mediáticos		

Nota. Matriz elaborada de sustento teórico.



CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1 Antecedentes

En el ámbito internacional, a través de una revisión sistemática de la literatura, se han identificado investigaciones previas que contribuyen a respaldar la investigación actual en relación a las variables que se abordan en esta tesis. A continuación, proporcionaré detalles sobre cada uno de estos estudios:

- a) El académico Klofstad (2021) llevó a cabo una investigación en los Estados Unidos con el propósito de determinar si el tono de voz de los candidatos en sus discursos tiene un impacto en los votantes durante las elecciones de 2012. Este estudio se caracteriza por ser de naturaleza correlacional. Para ello, se aplicó una encuesta a un total de 393 hombres y 411 mujeres. Los resultados obtenidos indicaron que, al sintetizar la investigación sobre la voz humana y el comportamiento de los votantes, y al combinar la evidencia de un experimento controlado con un estudio observacional de resultados electorales reales, se concluye que el tono de voz de los candidatos, una característica fisiológica específica, puede influir en los resultados electorales.

El experimento realizado reveló que tanto hombres como mujeres tienden a preferir votar por candidatos, ya sean hombres o mujeres, cuyas voces sean más graves. Esta preferencia se manifiesta de manera más pronunciada entre las candidatas y entre los votantes que son mayores, tienen un nivel educativo más alto y están más comprometidos políticamente. Los resultados del experimento también muestran que los candidatos con voces más graves tuvieron un mayor éxito en las elecciones de la Cámara cuando compitieron contra oponentes masculinos. Por otro lado, los candidatos con voces más agudas obtuvieron un mejor desempeño cuando se enfrentaron a oponentes femeninas, especialmente en el caso de candidatos masculinos.



En conclusión, este estudio contribuye a la investigación actual al demostrar con evidencia que una característica fisiológica, como el tono de voz de un candidato en su discurso político, puede tener un impacto significativo en los resultados electorales.

- b)** Asimismo, tenemos la investigación realizada por Segovia (2021) en Chile, que se centra en el contexto de las elecciones de 2019 y tiene como objetivo analizar el impacto de las emociones expresadas en los discursos políticos de los candidatos en los votantes. Durante la campaña electoral, los candidatos no solo transmiten información sobre sus posturas políticas, sino también sus emociones. Para llevar a cabo esta investigación, se utilizó una encuesta que se aplicó a una muestra de 1.800 personas.

El estudio evaluó cómo las emociones expresadas por los candidatos, tanto a través de sus expresiones faciales como de sus discursos políticos, afectan las decisiones de voto. Los resultados indican que la valencia emocional, es decir, si las emociones son positivas o negativas, desempeña un papel importante en las decisiones de voto, especialmente cuando se manifiesta a través de las expresiones faciales. Las emociones positivas aumentan la probabilidad de que un votante elija a un candidato en particular.

Al analizar las emociones que los discursos políticos evocan en los votantes, se encontró que los sentimientos positivos hacia el futuro aumentaron la probabilidad de que un votante optara por ese candidato. Estos resultados subrayan la interrelación entre las emociones expresadas por los candidatos en sus discursos y su impacto en la probabilidad de ser elegidos como presidentes. Se descubrió que las emociones que los votantes percibían en el rostro de un candidato estaban altamente correlacionadas con sus decisiones de voto, y que era más probable que un candidato fuera favorecido cuando las emociones transmitidas eran positivas.

Además, se destacó que el estado de ánimo resulta ser un factor más importante que otros factores tradicionalmente estudiados, como el género y la afiliación política del candidato, cuando la información es limitada.



- c) También existe un estudio realizado en Tailandia por Ricks (2020) que arroja luz sobre cómo los políticos utilizan diferentes estilos de comunicación para posicionarse socialmente, mostrar competencia o establecer conexiones con su audiencia. La pregunta clave aquí es cómo afecta esta variación en el lenguaje de apelación a la opinión de los votantes. El estudio, de naturaleza correlacional y cuantitativa, se llevó a cabo a través de encuestas aplicadas a una muestra de 750 personas en tres provincias del noreste de Tailandia, donde predomina el idioma isan: Khon Kaen, Udon Thani y Buriram. El investigador optó por enfocarse en una región habitada principalmente por una minoría étnica, ya que esto permitía dirigirse a una población que comprende tanto los registros formales como los informales del lenguaje metropolitano, así como un idioma étnico. Esto eliminó la preocupación de probar diferentes poblaciones lingüísticas o tratamientos ininteligibles para los encuestados.

El estudio exploró los efectos del lenguaje en las opiniones de los encuestados utilizando tres enfoques diferentes: un lenguaje formal, un lenguaje informal y un idioma étnico. Se encontró que el uso de un lenguaje formal tenía resultados mixtos, ya que indicaba educación superior y preparación para un cargo nacional, pero también creaba una distancia social entre el orador y la audiencia. Por otro lado, tanto un lenguaje informal como un idioma étnico establecían lazos de parentesco con los oyentes, con el idioma étnico teniendo un impacto aún más significativo. El estudio también demostró que una propuesta étnica era más atractiva electoralmente que un discurso formal. En resumen, el estudio destaca cómo el lenguaje utilizado por los candidatos en sus discursos políticos puede influir significativamente en su atractivo político en el proceso electoral.

- d) En el ámbito nacional, se llevó a cabo una investigación en la ciudad de Trujillo por el tesista Mejía (2017), que se propuso demostrar la influencia del discurso persuasivo en la decisión de voto de los estudiantes universitarios durante las elecciones regionales y municipales de 2014. Utilizando una metodología cuantitativa y de alcance correlacional, se aplicó un cuestionario a una muestra de 370 estudiantes seleccionados aleatoriamente de cinco universidades en la jurisdicción. Además, se llevaron a cabo focus groups y se utilizó la técnica de observación. Los resultados revelaron una influencia significativa del discurso persuasivo utilizado por los movimientos regionales y partidos políticos analizados



en la decisión de voto de los estudiantes universitarios durante el proceso electoral. Esta influencia fue positiva, ya que los votantes valoraron la importancia del discurso persuasivo en las elecciones, abordando temas cruciales como la delincuencia, el tráfico caótico y la limpieza pública.

- e) Asimismo, en Lima, Zolla (2020) realizó un estudio para investigar la influencia de los discursos de los candidatos y los medios de comunicación en los procesos electorales. Empleó la metodología de análisis de contenido, que combina enfoques cualitativos y cuantitativos para identificar y registrar información relevante. Los resultados demostraron que mientras el discurso del candidato se centraba en el problema más apremiante para los votantes, la inseguridad ciudadana, el discurso propagandístico de El Comercio se enfocaba en los planes inconsistentes del candidato y su incapacidad para abordar los problemas más grandes de la ciudad, como la renovación urbana, el transporte público, las carreteras, la infraestructura y la gestión pública. Este estudio ilustra la influencia del discurso político y mediático en los procesos electorales.
- f) También, Vilca (2022) se propuso demostrar la relación y la importancia de la retórica en la percepción de la imagen de un político, utilizando como caso de estudio a la candidata presidencial Keiko Fujimori durante la campaña presidencial peruana de 2021. Los resultados revelaron que la candidata no utilizó de manera efectiva la comunicación no verbal, mostrando expresiones faciales sombrías, movimientos de manos deficientes y una postura a veces inconsistente. También se observó que su lenguaje verbal se alejaba de la realidad y contenía declaraciones ofensivas hacia sus opositores políticos, lo que perjudicaba su imagen. Aunque utilizó algunos recursos retóricos para mejorar la musicalización de sus intervenciones, no lograron mejorar su eficacia y comprensión. En resumen, este estudio destacó la importancia de la retórica en la percepción de la imagen de un político.
- g) Por último, San Martín (2022) analizó el discurso de Alan García Pérez en la 40ª Asamblea General de las Naciones Unidas en 1985, en un contexto de crisis económica en el Perú. La autora evaluó el discurso desde una perspectiva crítica, examinando si cumplía con las características del discurso populista. Los resultados del análisis revelan tendencias en el uso de estrategias discursivas específicas,



contribuyendo al entendimiento de la comunicación política en escenarios internacionales. Este estudio resalta la relevancia del discurso político en contextos de crisis y su impacto en la percepción pública.

- h) A nivel local, se realizó una revisión de la literatura en la región Apurímac, donde se identificó una investigación realizada por Abuhadba (2021). El objetivo de esta investigación fue determinar el grado de influencia de la información política en la participación política de los estudiantes de la Universidad Nacional de Micaela Bastidas de Apurímac en 2019. La metodología utilizada fue de tipo básico y correlacional, con un enfoque hipotético-deductivo y métodos conductuales y psicosociales. Se realizaron 21 encuestas a una muestra de 266 estudiantes, y los resultados no mostraron correlaciones significativas entre la información política y la participación política. Este estudio proporciona una visión sobre la relación entre la información política y la participación política en estudiantes universitarios de la región Apurímac.

3.2 Marco teórico

3.2.1 Discurso político

Charaudeau (2005) define el discurso político como un tipo de discurso estratégico orientado a construir sentido, justificar acciones y obtener adhesión por parte de la ciudadanía. El discurso, en su conjunto, representa una manera de estructurar la vivencia humana. Establece patrones de significado mediante la narración y la interpretación de acontecimientos y circunstancias, creando sistemas de organización. Cuando se aplica al ámbito político, el discurso político emplea estos patrones en el ejercicio del poder, incorporando principios como la jerarquía, la representación y la responsabilidad. Se dedica a la interpretación narrativa de hechos e ideas, tanto lógicas como míticas, y establece criterios y contextos para la comparación y evaluación de sistemas políticos. Es posible argumentar que Platón concibió el discurso político en términos de una lógica mitológica que consideraba esencial para el funcionamiento de cualquier comunidad política. Desde la perspectiva de Aristóteles, el discurso político se manifestaba como un proceso teleológico en desarrollo, que abarcaba las causas finales, la forma, el propósito y el significado de la política.



3.2.1.1 Teoría del discurso

Según Laclau y Mouffe (1985), la teoría del discurso sostiene que los fenómenos sociales, políticos y culturales se comprenden a través de prácticas discursivas que construyen significados y articulan identidades colectivas. Foucault sostenía la creencia de que nuestra realidad está moldeada por el conocimiento; en otras palabras, ciertos individuos y grupos sociales crean y articulan concepciones sobre nuestro mundo que, en condiciones específicas, se convierten en verdades indiscutibles y comienzan a ser percibidas como normales.

Dentro del ámbito de la teoría del discurso, es posible identificar al menos tres corrientes principales: las teorías del discurso posestructuralistas, las normativas-deliberativas y las crítico-realistas, como se explicará a continuación.

Las teorías del discurso posestructuralistas generalmente subrayan el papel fundamental del lenguaje y la comunicación en la construcción de lo que se considera real en una sociedad dada. En este enfoque, el "sujeto hablante" se ve como un resultado de las prácticas discursivas, lo que implica que el discurso no solo describe, sino que también, en cierta medida, configura la realidad social. En lugar de concebir lo social como un recipiente estático y cerrado, se lo interpreta como un campo de relaciones fluidas, dinámicas y diversas. Siguiendo la noción saussuriana de la primacía de la diferencia sobre la identidad o el giro práctico de Wittgenstein en la teoría social, la teoría del discurso posestructuralista abraza una postura decididamente antiesencialista que resalta la contingencia de la realidad y su naturaleza construida a través de prácticas que involucran tanto el poder como el conocimiento. Si bien la primera ola de teoría del discurso posestructuralista, representada por figuras como Michel Foucault (1972), contribuyó a la consolidación de los Estudios del Discurso en Francia, una segunda ola, conocida como Teoría (francesa) del Discurso, surgió como resultado de la recepción de pensadores "Continetales" (principalmente franceses, como Michel Foucault, Jacques Derrida, Jacques Lacan, Louis Althusser, Gilles Deleuze, Félix Guattari, y en menor medida alemanes, como Friedrich



Nietzsche, Walter Benjamin, Martin Heidegger, Theodor W. Adorno) en el mundo angloamericano, donde contribuyeron al desarrollo de los estudios culturales.

En las teorías normativo-deliberativas, el concepto de discurso se refiere a la negociación de un acuerdo entre los participantes que se involucran en la conversación con el objetivo de resolver un conflicto, al mismo tiempo que persiguen sus propios intereses y metas. En este contexto, el discurso conlleva a la deliberación libre en el ámbito público acerca de lo que puede considerarse como bueno y aceptable para todos los involucrados. Según esta perspectiva, los participantes en el discurso deben llegar a un consenso sobre las normas que rigen la discusión. En el enfoque "fuerte" de la teoría normativo-deliberativa del discurso, propuesto por teóricos críticos de tercera generación como Jürgen Habermas (1985), se sostiene que existen ciertas leyes comunicativas y estándares normativos intrínsecos al discurso que hacen que ciertas afirmaciones sean más veraces, racionales y aceptables, independientemente de los recursos sociales o políticos de quienes las expresen. Por otro lado, las versiones más "débiles" suelen cuestionar el universalismo del programa fuerte y rechazar la idea de un punto normativo absoluto en el discurso. En lugar de ello, consideran que las jerarquías de valores son construcciones discursivas de quienes se ocupan de los problemas sociales y políticos, o son el resultado contingente de las interacciones comunicativas en un sistema autopoietico.

En contraste, los teóricos del discurso que abogan por un enfoque de realismo crítico consideran que el discurso es una práctica social arraigada en estructuras de poder específicas. Desde esta perspectiva, el discurso es una herramienta que contribuye a la creación y perpetuación de relaciones desiguales entre diversos grupos sociales, clases o comunidades. Las teorías del discurso dentro del marco del realismo crítico suelen estar en sintonía con las teorías macrosociológicas que abordan la desigualdad social y cultural, desde la crítica marxista de la ideología hasta el trabajo de Pierre Bourdieu sobre la dominación



simbólica. A partir del enfoque del discurso realista crítico, los lingüistas han comenzado a explorar cuestiones sociales en el análisis crítico del discurso, mientras que los sociólogos marxistas han reconocido que el discurso es una dimensión esencial en la dinámica del poder social.

Si bien el denominador común de estas corrientes ideales típicas de la teoría del discurso es el papel central del lenguaje, la comunicación o el significado en la teoría social, política y cultural, la línea no siempre es fácil de trazar (Angermüller, 2015). Por lo tanto, las versiones más débiles de las teorías del discurso normativo-deliberativo a menudo se han asociado con el postestructuralismo, mientras que el enfoque de poder/conocimiento de Foucault ha sido reivindicado tanto por los postestructuralistas como por los realistas críticos. El potencial crítico ha sido explicitado en todos estos enfoques, aunque de diferentes maneras: si el gesto postestructuralista es más epistemológico, apuntando a un descentramiento subversivo de las identidades y el poder 'naturalizado', las teorías del discurso normativo-deliberativo se enfocan en él tensiones entre cómo los discursos deben operar y cómo realmente operan. El realismo crítico, finalmente, revela las estructuras de poder escondidas, por así decirlo, debajo de las representaciones producidas en el discurso. En una palabra, las teorías del discurso suelen articular tres problemas: el poder, el conocimiento y la subjetividad, que se visualizan a continuación en el triángulo de la teoría del discurso. En consecuencia, el discurso está conformado por estructuras de poder, pero al representar estructuras de poder también puede contribuir a objetivarlas y constituirse. Como actividad socialmente situada de producción de significado, el discurso produce, establece y legitima el conocimiento en grupos sociales y comunidades. Y el discurso es crucial para la construcción de la subjetividad, ya que define, identifica y crea autoridad al atribuir lugares y posiciones a quienes ingresan al discurso.

3.2.1.2 El discurso y la persuasión política

El discurso político se basa en gran medida en las funciones persuasivas y manipuladoras del lenguaje. A lo largo de la historia, la persuasión ha estado estrechamente vinculada al ámbito político (Wróbel, 2015). El



discurso político persuasivo se refiere a un diálogo apropiado entre individuos razonables sobre las diversas acciones que deben llevarse a cabo para abordar cuestiones sociales. Se espera que todos los políticos participen en el proceso de toma de decisiones o intenten persuadir a otros mediante hechos y argumentos precisos, definiendo cuál es la acción más efectiva para resolver los problemas en cuestión Johnson y Johnson. Este tipo de lenguaje persuasivo se emplea para expresar la intención de convencer a la audiencia de la validez (o falta de validez) de una proposición. El orador debe plantear hipótesis y mantener un modelo adecuado de las creencias del oyente, actualizándolo según los efectos que las afirmaciones del orador tienen en el estado mental del oyente; esto se conoce como planificación de una estrategia de comunicación. En resumen, el discurso político representa un enfoque democrático para la toma de decisiones.

Los políticos recurren ampliamente a estas estrategias para persuadir a la audiencia y obtener el respaldo electoral necesario. Los políticos competentes demuestran una gran destreza en el uso de un lenguaje persuasivo en diversas situaciones, ya que es fundamental tanto para su éxito personal como para el de su partido.

Según Charteris (2011), el lenguaje hablado desempeña un papel fundamental en las sutiles artes de la persuasión y la gestión de impresiones, ya que proyecta creencias compartidas en la sociedad sobre lo que es aceptable y lo que no lo es. Estas estrategias verbales incluyen el uso del humor, las metáforas y la narración de relatos mitológicos.

3.2.1.3 Importancia de los discursos políticos

Edelman (1988) sostiene que el discurso político es esencial porque organiza los significados simbólicos a través de los cuales las personas interpretan los acontecimientos públicos y forman sus percepciones sobre el poder y la autoridad. Los discursos políticos representan momentos cruciales y memorables en una campaña electoral. Constituyen oportunidades para que los candidatos compartan su visión del país,



establezcan conexiones con los votantes y expongan las razones por las cuales merecen ser elegidos.

Un discurso de campaña política es una presentación formal de ideas que los candidatos realizan con el fin de obtener el respaldo del público. Su importancia radica en que, en una democracia, los ciudadanos ejercen su derecho al voto para elegir a quienes los representarán.

Estos discursos son vitales ya que permiten que los candidatos se comuniquen directamente con los votantes y puedan influir en el resultado de las elecciones. En esencia, una campaña política se basa en la capacidad de persuasión de los políticos a través de sus discursos, ya que el resultado de las elecciones determina qué líderes serán electos y qué políticas se implementarán. Durante estos discursos, los políticos buscan convencer al público de que sus ideas son beneficiosas para todos, al mismo tiempo que suelen criticar a sus oponentes y destacar las posibles consecuencias negativas de elegir a otros candidatos. En última instancia, un discurso de campaña política se presenta en el contexto de una elección y sirve para explicar por qué el candidato merece ser elegido, detallando sus propuestas y argumentando por qué los votantes deberían apoyarlos.

3.2.1.4 Dimensiones del discurso político

a) Dimensión de actitud política

La actitud política es la capacidad que tiene un ser humano para involucrarse en cuestiones de política, es por eso que se ve la importancia de como nace un líder, para que así exista liderazgo político, ya que eso es parte de las cuestiones políticas, en esta dimensión es esencial para analizar las dinámicas de poder y conocimiento, ya que es en la interacción comunicativa, a menudo de manera implícita, donde surgen los roles, necesidades, identidades y jerarquías de género que están mediados por discursos de verdad que ejercen influencia en las relaciones de poder. Easton (1965) plantea que las actitudes políticas son fundamentales porque expresan el grado de apoyo que los ciudadanos otorgan al sistema

político, lo que contribuye a su estabilidad y legitimidad. La actitud política hace referencia a la posición que adopta un candidato o un partido político frente a eventos que afectan la vida de los ciudadanos.

b) Dimensión de sentimiento político

El sentimiento político desempeña un papel significativo en el estudio de los valores de las noticias, la opinión pública, las campañas negativas y la polarización política. Según Marcus, Neuman y MacKuen (2000), los sentimientos políticos —como entusiasmo, ansiedad o aversión— desempeñan un papel central en cómo los ciudadanos procesan la información política y toman decisiones en contextos electorales. La explosión de datos textuales digitales y los avances en el análisis de textos automatizado ofrecen oportunidades significativas para investigaciones innovadoras en las ciencias sociales.

Aristóteles, en su obra sobre retórica, sugirió que la persuasión puede lograrse tanto a través de argumentos lógicos como mediante la evocación de emociones en la audiencia. El éxito depende de elegir la estrategia más adecuada según el contexto. Esta dicotomía clásica entre emociones y afecto, por un lado, y racionalidad y cognición (logos), por otro, ha influido en diversos campos de las ciencias sociales, desde la psicología social hasta la filosofía política y la economía. En el debate político cotidiano, los políticos recurren a una combinación de emoción y razón, buscando un equilibrio apropiado entre estos dos elementos.

El académico Gennaro y Ash (2022), nos da a conocer que, la retórica emocional se relaciona con el desequilibrio de poder y el conflicto. La emotividad es mayor para las minorías políticas menos empoderadas: mujeres, hispanos, negros, judíos y católicos. El estatus de estar en el partido minoritario y por lo tanto tener menos poder sobre la política aumenta el lenguaje emocional. De manera relacionada, encontramos evidencia de emociones como respuesta al



conflicto. Aumentan durante las guerras. La desigualdad de ingresos es un ingrediente del conflicto de clases por la redistribución, que podemos observar en la alta intensidad emocional de la política fiscal. Y finalmente, encontramos evidencia de que los miembros del Congreso más divisivos e ideológicamente polarizados tienden a usar una retórica más emocional.

c) Dimensión de cognición social

La investigación en cognición social se enfoca en las representaciones mentales que las personas comparten en su rol como actores políticos. Lo que sabemos y lo que pensamos sobre políticos, partidos o presidentes se forma en gran medida a través de diversas formas de texto y conversación durante nuestra socialización, educación formal, el uso de medios de comunicación y las conversaciones cotidianas. Por otro lado, el análisis del discurso político solo tiene sentido desde una perspectiva teórica y empírica si las estructuras discursivas se relacionan con las características de las estructuras y procesos políticos. Sin embargo, esta última perspectiva suele implicar una descripción macroscópica del análisis de políticas, mientras que la primera se enfoca más en un nivel microscópico. En consecuencia, el procesamiento de información política a menudo se basa en el procesamiento de discursos, ya que gran parte de la acción y la participación política se lleva a cabo a través del discurso y la comunicación. Como señala Teun A. van Dijk (2002), la investigación en cognición social-política se centra en varios aspectos del "procesamiento de información política", que abarca desde la adquisición y uso de representaciones mentales sobre situaciones políticas, eventos, actores y grupos, hasta la organización de creencias políticas, percepciones de candidatos políticos, juicio político, toma de decisiones, estereotipos, prejuicios y otras actitudes sociopolíticas, así como la identidad del grupo político, opinión pública, formación de impresiones y muchos otros temas relacionados con la memoria y los procesos mentales en la comprensión e interacción política.



3.2.2 Procesos electorales

Dorantes y Aguilar (2014) plantean que los procesos electorales pueden considerarse como un medio para seleccionar a quienes ocupan el poder basándose en la expresión de las necesidades de los ciudadanos. La elección de gobernantes se distingue de otros métodos de acceso al poder, como la sucesión, la lotería, la elección o la herencia. En las elecciones, se observa el papel que desempeñan las personas dentro del sistema político, y esta intervención está regulada legalmente por las leyes e instituciones que conforman el sistema electoral. Por lo tanto, los procesos electorales reflejan la forma en que los ciudadanos participan en la elección de sus representantes. Las normas que componen el sistema electoral tienen un papel ambiguo, ya que en parte facilitan y permiten esta participación, pero también la restringen en ciertos aspectos. Debido a esta formalización, los sistemas electorales a menudo aumentan la influencia de ciertos grupos de ciudadanos en el proceso, al tiempo que debilitan o niegan la influencia de otros. La discriminación electoral varía según el sistema, y se pueden distinguir dos tipos principales de elecciones: las competitivas y las no competitivas. En las elecciones competitivas, se considera que la influencia de los actores en el proceso es comparable, aunque no necesariamente idéntica.

3.2.2.1 Dimensión de posicionamiento

Manejar la imagen de un líder político requiere de una estrategia y comunicación efectiva. Especialmente si se trata de una campaña electoral, un paso importante para llamar la atención de la gente para las próximas encuestas.

No existe una fórmula mágica para un candidato exitoso. Habrá muchos factores iniciales a considerar, como la región, el condado o la ciudad a la que se dirige la campaña, así como el tiempo disponible para fortalecer la imagen (Simas & Ozer, 2021).

Para perseguir la posición de un candidato en una campaña electoral, se deben desarrollar cuatro puntos básicos. Los votantes, especialmente la audiencia joven, no pudieron evitar emocionarse. Un mensaje o comunicación emocional puede persuadir, persuadir e incluso motivar



a las personas de manera mucho más efectiva que la razón. Una vez establecidas las dos herramientas o métodos presentados al inicio de este artículo, la estrategia de mensajería del candidato debe orientarse en este sentido.

La etapa de la campaña electoral es sumamente importante, como lo es el respeto que sigue a todo lo que se ha informado. Es fundamental dirigirse al segmento que se investiga, pensar en los beneficios que reciben los votantes, las emociones que generan y buscar un método de comunicación diseñado específicamente para ellos.

3.2.2.2 Dimensión de decisión del voto

Las decisiones de votación están influenciadas por varios aspectos tales como sociales, políticos, economía entre otros, en quién tiene que pagar y tomar decisiones. En las campañas electorales, el acto de votar es el medio por el cual los ciudadanos expresan su simpatía por un partido, programa en particular elecciones y candidatos. Así, el voto electoral representa la decisión (Zhang, 2019).

3.2.2.3 Dimensión de interacción política

El desarrollo de Internet y los SNS (sitios de redes sociales) ha cambiado en gran medida la forma en que el público debate y participa en los asuntos políticos. Antes de la invención de los SNS, las personas recibían información política a través de los canales de comunicación masiva, donde los políticos influían en el público y difundían sus ideologías políticas al mismo tiempo. Era una forma de comunicación no recíproca sin retroalimentación e interacciones instantáneas.

Como nos manifiesta Stoker et al., (2018), a medida que las tecnologías mejoraron aún más, Kennedy y Nixon habían televisado debates en 1960 por primera vez en la historia. Gradualmente, la televisión se convierte en un canal dominante para que el público obtenga información política. Pero, aun así, la televisión no permitió el acceso al envío de comentarios de los ciudadanos a los políticos. La discusión y la participación política sólo existían fuera de línea, la exposición a la



política es uno de los factores importantes para predecir la participación política, mientras que Internet y las redes sociales son las herramientas para aumentar la exposición. Sin embargo, cuando estos nuevos medios se convierten en un espacio nuevo y relativamente abierto para que el público discuta y participe en asuntos políticos, también son un espacio objetivo vulnerable de noticias falsas y opiniones extremas.

3.3 Marco conceptual

- **Actitud política**

La actitud política se refiere a la disposición de una persona para participar en procesos políticos, basada en una amplia gama de preferencias que guían su elección. Dalton (2013) plantea que las actitudes políticas representan las orientaciones cognitivas y afectivas que los individuos desarrollan hacia el sistema político, y que estas influyen en su nivel de compromiso y participación. Se trata de los juicios de valor que un votante tiene sobre las elecciones y que combinan la cultura política con su comportamiento político.

- **Influencia:**

Se refiere al poder o efecto que tiene el discurso político en las actitudes y comportamientos de los votantes. French y Raven (1959) sostienen que la influencia consiste en la capacidad que tiene un actor para modificar las percepciones, actitudes o conductas de otros mediante diversas bases de poder, como la legitimidad, la persuasión o la información. La influencia puede manifestarse de diversas maneras, como cambios en la intención de voto, la percepción de los candidatos y la movilización electoral.

- **Efecto persuasivo:**

Es la capacidad del discurso político para convencer o persuadir a los votantes para que apoyen a un candidato o una posición política específica. Petty y Cacioppo (1986) explican que el efecto persuasivo ocurre cuando un mensaje influye en las actitudes del receptor, ya sea mediante un procesamiento profundo de los argumentos o a través de señales superficiales del mensaje. Los discursos efectivos pueden cambiar las opiniones y las intenciones de voto de los electores.



- **Argumentación:**

Según Toulmin (2003), la argumentación consiste en la construcción de razonamientos que justifican afirmaciones mediante evidencia y reglas de inferencia, permitiendo evaluar la solidez de los argumentos en debates o discursos. Se refiere a la presentación de argumentos lógicos y convincentes en el discurso político para respaldar las posiciones de un candidato. Los argumentos sólidos pueden influir en la percepción de la credibilidad y la idoneidad de un candidato.

- **Percepción del candidato**

Según Lodge y Taber (2013), la percepción del candidato está moldeada por sentimientos automáticos: cuando las personas se exponen a un candidato, se activan evaluaciones afectivas inconscientes que influyen en sus juicios sobre él, incluso antes de un procesamiento consciente más deliberado. Cómo los votantes perciben a un candidato político, que puede estar influenciada por la retórica, el tono, el estilo y el contenido del discurso político. La percepción puede variar en función de la confianza, la simpatía, la autoridad y otros atributos percibidos.

- **Sentimiento político**

El sentimiento político es el vínculo de identidad que una persona siente hacia un partido político o candidato. Lodge y Taber (2013) explican que los sentimientos políticos se activan de manera automática cuando las personas procesan información sobre actores o eventos políticos, moldeando sus juicios y actitudes. Es una conexión emocional que puede influir en sus decisiones políticas, a menudo limitando su racionalidad y guiándose más por el corazón que por la razón. Muchos votantes se identifican con un partido debido a afinidades ideológicas o admiración por líderes políticos. También puede surgir debido a relaciones familiares o amistades cercanas. El sentimiento político puede ser influenciado por la emoción o el intercambio de beneficios, como propuestas políticas o apoyo mutuo.

- **Conocimiento político**

Según Delli Carpini y Keeter (1996), el conocimiento político se refiere al grado en que los individuos están informados sobre los actores, instituciones, procesos y asuntos políticos, lo cual afecta su capacidad para tomar decisiones políticas fundamentadas. El conocimiento político se refiere a la comprensión que una persona tiene sobre asuntos políticos, el poder y el sistema político. Este



conocimiento es esencial, ya que influye en la capacidad del votante para tomar decisiones informadas sobre sus representantes y sus propuestas. Un votante con conocimiento político es aquel que está familiarizado con los programas políticos, ideales y plataformas de uno o más partidos.

- **Interacción política**

La interacción política se produce en la relación entre un candidato y los ciudadanos durante una campaña política hasta el día de las elecciones. Según Verba, Schlozman y Brady (1995), la interacción política se refiere a las acciones mediante las cuales los ciudadanos participan en la vida política, ya sea comunicándose con funcionarios, asistiendo a reuniones políticas o involucrándose en actividades comunitarias, contribuyendo así a la formación de opiniones y decisiones colectivas. Durante este período, los candidatos presentan sus proyectos y propuestas en caso de llegar al poder.

- **Disposición de participación**

La disposición de participación se refiere a la voluntad del votante de participar en procesos electorales sin necesidad de ser obligado por multas o sanciones. Es la manifestación de la libre elección del ciudadano de ejercer su derecho a votar.

- **Preferencia de propuestas**

Según Converse (1964), la preferencia de propuestas se refiere a la inclinación de los ciudadanos hacia determinadas políticas o programas políticos, basada en sus valores, intereses y expectativas sobre los efectos de dichas propuestas en su vida y en la sociedad. La preferencia de propuestas es la elección que realiza el votante, basándose en sus sentimientos y conocimientos previos, en relación con las propuestas políticas. Estas preferencias están influenciadas por los intereses personales del votante en la política y tienden a ser estables, es decir, no cambian fácilmente.

- **Voto**

El voto, según Arnoletto (2007), es una expresión institucionalizada de la voluntad u opinión de un individuo acerca de un sujeto, persona o grupo de personas. Este acto de expresión está regulado por un conjunto de normas y procedimientos, es por eso que el discurso político electoral y el discurso gubernamental se ve con cada



proceso electoral, incluso tiene relevancia ya que mediante el discurso el ciudadano puede escuchar propuestas y dar su voto a su candidato preferente.



CAPÍTULO IV METODOLOGÍA

4.1 Tipo y nivel de investigación

La presente investigación se realiza bajo un enfoque cuantitativo.

El tipo de investigación es básica (Question, 2015).

El nivel de investigación es correlacional-causal, ya que busca identificar la relación entre dos variables y determinar si el discurso político ejerce influencia sobre los procesos electorales, en particular sobre la decisión de voto de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac durante las elecciones presidenciales de 2021. Este enfoque permite analizar no solo la asociación entre variables, sino también el posible efecto de una sobre la otra (Kerlinger & Lee, 2002).

4.2 Diseño de la investigación

El diseño no es experimental, ya que no se realizará manipulación deliberada de las variables. La información se recolectará en momentos específicos del año, a través de encuestas aplicadas a los estudiantes, sin intervenir en los procesos electorales.

4.3 Descripción ética de la investigación

El estudio seguirá los criterios y valores éticos correspondientes para realizar una investigación en las ciencias sociales, como son: la imparcialidad, la transparencia, honestidad, originalidad.

4.4 Población y muestra

El estudio incluyó a 3.607 estudiantes matriculados en el segundo semestre de 2022 en la Universidad de Apurímac Micaela Bastidas. Sabiendo que la población o universo es el total, la muestra se considera como un porcentaje de la población tal como lo definen



Tamayo y Tamayo (2006), es un conjunto de operaciones realizadas para estudiar la distribución de una determinada característica a partir de una pequeña parte del universo observado o de una población total colectiva. Por lo tanto, dados los objetivos de investigación de este estudio, el error de muestreo estimado es del 5% con un nivel de confianza del 95% de que se completará la muestra. Se utilizó la siguiente fórmula de Cochram para la muestra.

Figura 1

Cuadro de fórmula para la muestra de población finita

<u>Leyenda:</u>	<u>Datos:</u>	<u>Muestra:</u>
n: Tamaño de la muestra	N: 3607	n: 348
N: población	Z: (95%) 1.96	
Z: Nivel de Confianza	e: (5%) 0.05	
e: Error de estimación máximo permitido	p: (50%) 0.05	
p: Probabilidad del evento	q: (50%) 0.05	
q: La probabilidad que el evento no ocurra.		

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

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 3607}{0.05^2 * (3607 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

4.5 Procedimiento

El procedimiento para realizar toda investigación se explica a continuación: Primero se selecciona un tema de investigación de interés para el investigador, luego se formula la pregunta de investigación, objetivos, hipótesis y métodos, teniendo en cuenta la revisión bibliográfica. Luego procedimos a desarrollar herramientas de recopilación de datos y realizar encuestas de campo de muestras de estudio. En segundo lugar, procesamos los datos en SPSS para obtener las tablas y gráficos explicados en el archivo y, finalmente, realizamos un tratamiento estadístico secuencial para comparar con las hipótesis.

4.6 Técnica e instrumentos

En el marco conceptual se utilizó la técnica de análisis documental para poder obtener información teniendo en cuenta procedimientos como el acopio bibliográfico lectura y



análisis de bibliografía. Como técnica de estudio se utilizará la encuesta cuyos ítems se encuentran estructurados de acuerdo a algunos indicadores del sistema de variables lo cual nos permitirá conocer todos los datos necesarios acerca del discurso político; y el instrumento de estudio será el cuestionario.

4.7 Estadístico de investigación

4.7.1 Tratamiento de datos

Codificación de ítems: Asignar códigos numéricos a las categorías de contenido de cada ítem.

Elaboración del libro de códigos: Organizar variables e indicadores para facilitar el análisis.

Tabulación de datos: Ingresar la información en una base de datos estructurada.

Análisis de datos: Procesar la información mediante el software SPSS para realizar el análisis de regresión lineal.

4.7.2 Prueba estadística

El análisis se basará en regresión lineal para determinar la influencia del discurso político sobre la decisión de voto. La prueba se ejecutará considerando:

- **Variable dependiente:** Decisión de voto.
- **Variables independientes:** Actitudes, percepciones, y otros indicadores relacionados con el discurso político.
- Nivel de significación: $\alpha = 0,05$ (5%).

4.7.3 Hipótesis estadísticas

- **Hipótesis nula (H₀):** El discurso político no influye significativamente en la decisión de voto.
- **Hipótesis alterna (H_a):** El discurso político influye significativamente en la decisión de voto.



Criterios de decisión:

- Si el valor $<0,05p < 0,05$ $pag < 0,05$, se rechaza H_0 y se concluye que el discurso político tiene influencia significativa.
- Si el valor $\geq 0,05p \geq 0,05$ $pag \geq 0,05$, no se rechaza H_0 , lo que sugiere que no hay evidencia suficiente para afirmar dicha influencia.



CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIONES

5.1 Análisis de resultados

Tabla 2

Análisis descriptivo de la variable discurso político y sus dimensiones

	Discurso político		Actitud Política		Sentimiento político		Cognición social	
	f	%	f	%	F	%	F	%
Malo	7	2,0	15	4,3	13	3,7	9	2,6
Regular	129	37,1	88	25,3	175	50,3	135	38,8
Bueno	212	60,9	245	70,4	160	46,0	204	58,6
Total	348	100,0	348	100,0	348	100,0	348	100,0

Nota. Información obtenida de la base de datos spss v27.

Los resultados obtenidos reflejan una percepción mayoritariamente positiva del discurso político entre los estudiantes universitarios, con un 60.9% calificándolo como "Bueno" y un 37.1% como "Regular". Sin embargo, para interpretar estos datos de manera crítica, es necesario considerar el contexto en el que se desarrolló el estudio, así como posibles sesgos en la muestra y en la formulación de las preguntas.

Uno de los factores clave a analizar es el nivel de exposición de los estudiantes al discurso político. Si la mayoría de los encuestados han estado expuestos a discursos provenientes de fuentes afines a sus ideologías, esto podría haber influido en la percepción positiva observada. Asimismo, la interpretación de lo que se considera un "buen" discurso político puede variar entre los encuestados, dependiendo de su nivel de conocimiento político y su experiencia previa con el tema.

En cuanto a la actitud política, los resultados muestran una tendencia aún más optimista, con un 70.4% de los estudiantes evaluándola como "Buena". Esta cifra podría estar influenciada por el entusiasmo generado durante los períodos electorales, cuando el interés político suele aumentar. Sin embargo, también es importante cuestionar si este optimismo se traduce en participación activa o si solo refleja una percepción subjetiva.



Estudios previos han demostrado que una actitud política favorable no siempre se correlaciona con un aumento en la participación electoral o en el activismo político.

Respecto al sentimiento político, la distribución de las respuestas presenta un panorama más equilibrado: el 50.3% de los estudiantes se ubicaron en una posición "Regular", mientras que el 46.0% expresó un sentimiento "Bueno" y solo el 3.7% lo calificó como "Malo". Este hallazgo podría sugerir que, aunque la actitud política es predominantemente positiva, existe una falta de convicción emocional que podría afectar la motivación para involucrarse activamente en la política. Investigaciones en el campo de la psicología política han mostrado que el sentimiento político puede influir en la toma de decisiones, por lo que un estado emocional neutro podría indicar desinterés o incertidumbre sobre el panorama político.

Finalmente, es fundamental discutir las limitaciones del estudio. Factores como el tamaño de la muestra, la diversidad de los encuestados y la redacción de las preguntas pueden haber condicionado los resultados. Además, el contexto socio-político en el que se realizó la encuesta podría haber influido en las respuestas de los estudiantes, especialmente si existían eventos recientes que impactaran su percepción del discurso político. Futuras investigaciones podrían profundizar en estos aspectos mediante análisis cualitativos o longitudinales que permitan evaluar la evolución de estas percepciones a lo largo del tiempo.

Finalmente, en la dimensión de cognición social, el 58.6% de los encuestados calificaron esta dimensión como "Buena", el 38.8% la consideraron "Regular" y solo el 2.6% la evaluaron como "Mala". Estos resultados sugieren que la mayoría de los estudiantes tiene una comprensión y una percepción social positiva de la política y de los procesos electorales.

Tabla 3

Análisis descriptivo de la variable procesos electorales y sus dimensiones

	Procesos electorales		Posicionamiento		Decisión del voto		Interacción política	
	f	%	f	%	F	%	F	%
Bajo	2	,6	38	10,9	16	4,6	6	1,7
Medio	173	49,7	183	52,6	148	42,5	148	42,5
Alto	173	49,7	127	36,5	184	52,9	194	55,7



Total	348	100,0	348	100,0	348	100,0	348	100,0
-------	-----	-------	-----	-------	-----	-------	-----	-------

Nota. Información obtenida de la base de datos spss v27.

Los resultados muestran que los estudiantes universitarios tienen una percepción equilibrada entre nivel medio y alto de los procesos electorales, con un 49.7% en cada categoría, mientras que solo un 0.6% reporta una percepción baja. Esto sugiere que la mayoría posee un conocimiento sólido y una valoración positiva de los procesos democráticos.

En cuanto al posicionamiento político, la mayoría de los estudiantes (52.6%) se sitúan en un nivel medio, mientras que un 36.5% se identifican con un posicionamiento alto y un 10.9% con uno bajo. Estos datos indican que la mayoría adopta una postura moderada, aunque una proporción significativa también presenta una identidad política más definida. Respecto a la decisión de voto, el 52.9% de los estudiantes tienen un nivel alto de certeza sobre su elección, el 42.5% se encuentra en un nivel medio y solo el 4.6% en un nivel bajo. Esto refleja que más de la mitad de los encuestados tienen claridad en sus preferencias electorales, lo que denota un alto grado de compromiso cívico.

La interacción política entre los estudiantes es predominantemente alta, con un 55.7% participando activamente en discusiones y actividades políticas. Un 42.5% mantiene un nivel medio de interacción, mientras que solo un 1.7% reporta un nivel bajo. Estos resultados reflejan un interés significativo en la política y una disposición a involucrarse en el debate público.

En conjunto, estos hallazgos sugieren que los estudiantes universitarios no solo tienen una percepción favorable de los procesos electorales, sino que también demuestran un alto grado de interés y compromiso con la política, lo que podría influir en la participación electoral y en la formación de una ciudadanía activa.

Tabla 4
Cruce del discurso político y procesos electorales

		Procesos electorales			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Discurso político	Malo	f	2	5	0	7
		%	28,6%	71,4%	0,0%	100,0%
	Regular	f	0	124	5	129
		%	0,0%	96,1%	3,9%	100,0%
	Bueno	f	0	44	168	212
		%	0,0%	20,8%	79,2%	100,0%

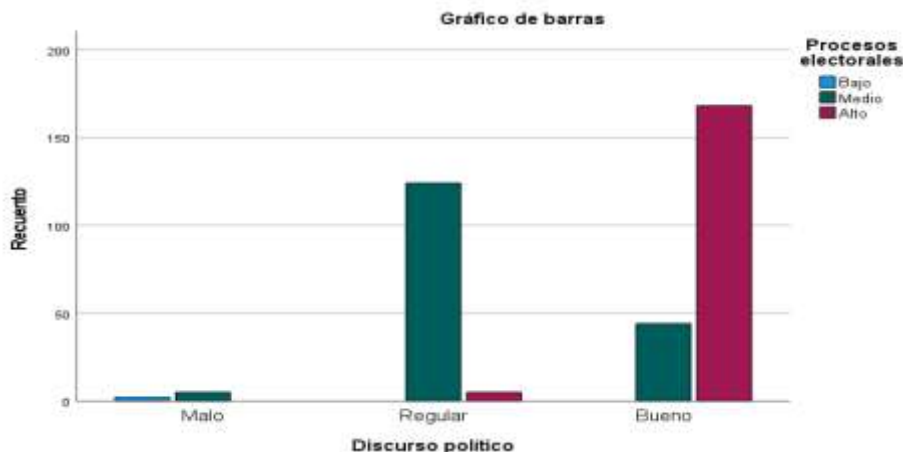


Total	f	2	173	173	348
	%	0,6%	49,7%	49,7%	100,0%

Nota. Información obtenida de la base de datos spss v27.

Figura 2

Gráfico de barras de discurso político y procesos electorales



Nota. Información obtenida de la base de datos spss v27.

En la tabla 3, figura 1, se muestra que de los estudiantes que consideran que el discurso político es malo, un 28.6% tienen una percepción baja de los procesos electorales, mientras que un 71.4% los perciben como de nivel medio. Ninguno de estos estudiantes percibe los procesos electorales como altos. Lo que sugiere una correlación negativa entre una percepción desfavorable del discurso político y la evaluación de los procesos electorales.

Entre aquellos que califican el discurso político como regular, una abrumadora mayoría del 96.1% tiene una percepción media de los procesos electorales, y solo un 3.9% los perciben como altos. No hay estudiantes en este grupo que perciban los procesos electorales como bajos. En el grupo de estudiantes que consideran el discurso político como bueno, la mayoría, un 79.2%, percibe los procesos electorales como altos, mientras que un 20.8% tiene una percepción media. Ninguno de estos estudiantes considera los procesos electorales como bajos, indicando una fuerte correlación positiva entre una percepción favorable del discurso político y la evaluación de los procesos electorales. Los resultados obtenidos sugieren una correlación entre la percepción del discurso político y la evaluación de los procesos electorales.

Este hallazgo es consistente con estudios previos que han demostrado que la confianza en las instituciones políticas y electorales está fuertemente influenciada por la calidad del



discurso político y la comunicación de los líderes. La retórica política puede afectar la percepción de transparencia, legitimidad y eficacia de los procesos democráticos, lo que explicaría la tendencia observada en los datos.

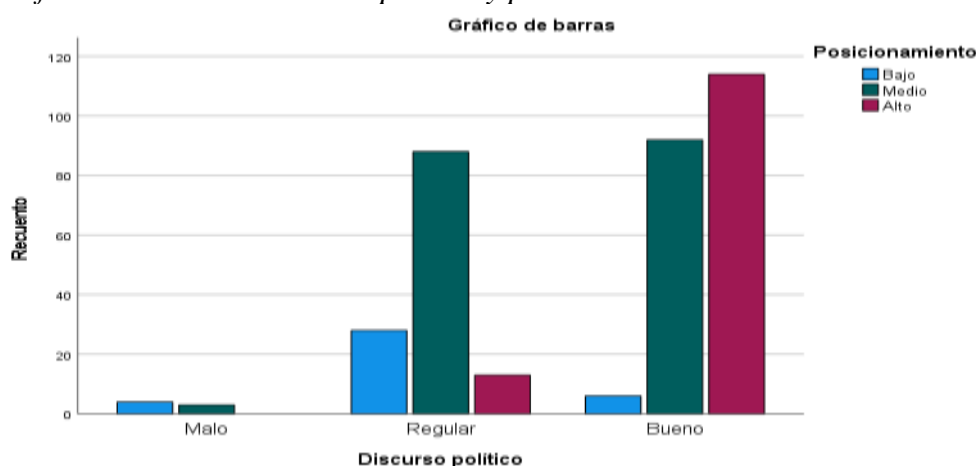
Sin embargo, es importante considerar posibles limitaciones y sesgos en estos resultados. En primer lugar, la percepción del discurso político es subjetiva y puede estar influenciada por factores individuales como la ideología, la exposición a ciertos medios de comunicación o experiencias previas con el sistema político. Esto introduce un posible sesgo de confirmación en las respuestas de los encuestados. Además, la correlación observada no implica causalidad. Es posible que otros factores, como el nivel educativo, el acceso a información política o la confianza general en el sistema, influyan tanto en la percepción del discurso político como en la evaluación de los procesos electorales.

Tabla 5
Cruce del discurso político y posicionamiento

		Posicionamiento			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Discurso político	Malo	f	4	3	0	7
		%	57,1%	42,9%	0,0%	100,0%
	Regular	f	28	88	13	129
		%	21,7%	68,2%	10,1%	100,0%
	Bueno	f	6	92	114	212
		%	2,8%	43,4%	53,8%	100,0%
Total	f	38	183	127	348	
	%	10,9%	52,6%	36,5%	100,0%	

Nota. Información obtenida de la base de datos spss v27

Figura 3
Gráfico de barras de discurso político y posicionamiento



Nota. Información obtenida de la base de datos spss v27.



Los resultados presentados en la Tabla 4 y la Figura 2 evidencian una relación entre la percepción del discurso político y el nivel de posicionamiento político de los estudiantes. Se observa que aquellos con una visión negativa del discurso político tienden a tener un posicionamiento más débil o incierto, mientras que quienes perciben el discurso de manera positiva muestran una tendencia hacia un posicionamiento político más definido y sólido.

En particular, el 57.1% de los estudiantes que consideran el discurso político como malo tienen un posicionamiento bajo, y el 42.9% se ubican en un nivel medio, sin casos en el nivel alto. Esto sugiere que una percepción negativa del discurso político puede estar asociada con desinterés, desconfianza o falta de orientación política. Esta tendencia ha sido identificada en estudios previos que destacan cómo la desafección política y la percepción de corrupción en el discurso político pueden debilitar el compromiso ciudadano y la identificación ideológica.

Por otro lado, entre quienes califican el discurso político como regular, la mayoría (68.2%) tienen un posicionamiento medio, con un 21.7% en un nivel bajo y un 10.1% en un nivel alto. Este patrón sugiere que una percepción intermedia del discurso político no solo está vinculada con posturas políticas moderadas, sino también con una distribución más equilibrada entre los extremos. En este sentido, investigaciones sobre socialización política han señalado que la exposición a discursos políticos ambiguos o contradictorios puede fomentar una postura política menos polarizada, pero también menos comprometida.

Finalmente, los estudiantes que consideran el discurso político como bueno muestran una tendencia opuesta: el 53.8% tienen un posicionamiento alto, el 43.4% medio y solo un 2.8% bajo. Esto refuerza la idea de que una percepción positiva del discurso político puede fortalecer el compromiso ideológico y la claridad en las posturas políticas. En línea con la literatura existente, la confianza en la calidad del discurso político ha sido vinculada con una mayor participación y definición ideológica, al proporcionar un marco coherente para la formación de opiniones políticas. Sin embargo, es importante considerar ciertas limitaciones en estos hallazgos. En primer lugar, la medición del "posicionamiento político" puede ser influenciada por factores externos, como la educación cívica recibida, el entorno familiar o la exposición a medios de comunicación específicos. Además, aunque los datos muestran una correlación, no se puede inferir una relación causal directa



entre la percepción del discurso político y el posicionamiento ideológico sin controlar otras variables relevantes. Investigaciones futuras podrían utilizar metodologías más avanzadas, como modelos de regresión o estudios longitudinales, para esclarecer estos vínculos de manera más precisa.

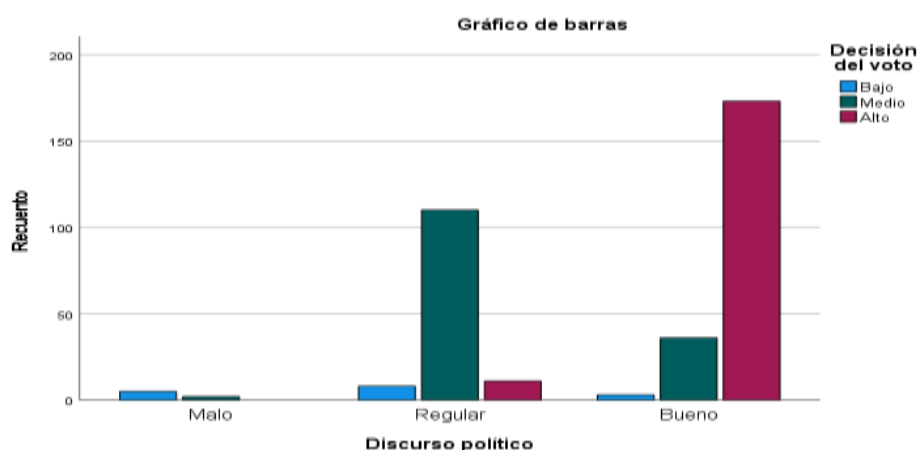
En conclusión, los resultados sugieren que la calidad del discurso político no solo influye en la percepción del sistema electoral, sino también en el grado de compromiso y claridad ideológica de los estudiantes. Esto resalta la importancia de fortalecer un discurso político transparente, estructurado y confiable para fomentar una ciudadanía más informada y políticamente activa.

Tabla 6
Cruce del discurso político y decisión del voto

		Decisión del voto			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Discurso político	Malo	f	5	2	0	7
		%	71,4%	28,6%	0,0%	100,0%
	Regular	f	8	110	11	129
		%	6,2%	85,3%	8,5%	100,0%
	Bueno	f	3	36	173	212
		%	1,4%	17,0%	81,6%	100,0%
Total	f	16	148	184	348	
	%	4,6%	42,5%	52,9%	100,0%	

Nota. Información obtenida de la base de datos spss v27.

Figura 4
Gráfico de barras de discurso político y decisión del voto



Nota. Información obtenida de la base de datos spss v27.

La tabla 5, figura 3, nos muestran que entre los estudiantes que califican el discurso político como malo, la mayoría (71.4%) tienen una decisión de voto baja, y el 28.6%



tienen una decisión de voto media. Ninguno de estos estudiantes tiene una decisión de voto alta, lo que sugiere que una percepción negativa del discurso político está asociada con una menor certeza en la decisión de voto. Para los estudiantes que perciben el discurso político como regular, la mayoría (85.3%) tienen una decisión de voto media, con un 6.2% en una decisión de voto baja y un 8.5% en una decisión de voto alta. Esto indica que una percepción intermedia del discurso político tiende a estar asociada con una certeza moderada en la decisión de voto.

Entre aquellos que consideran el discurso político como bueno, la mayoría (81.6%) tienen una decisión de voto alta, el 17.0% tienen una decisión de voto media, y solo el 1.4% tienen una decisión de voto baja. Esto muestra que una percepción positiva del discurso político se correlaciona fuertemente con una alta certeza en la decisión de voto. En general, la mayoría de los estudiantes (52.9%) tienen una decisión de voto alta, seguidos por un 42.5% con una decisión de voto media y un 4.6% con una decisión de voto baja. Estos resultados sugieren que las percepciones del discurso político influyen significativamente en la certeza de la decisión de voto, con percepciones más positivas del discurso político asociadas a una mayor certeza en la elección del candidato.

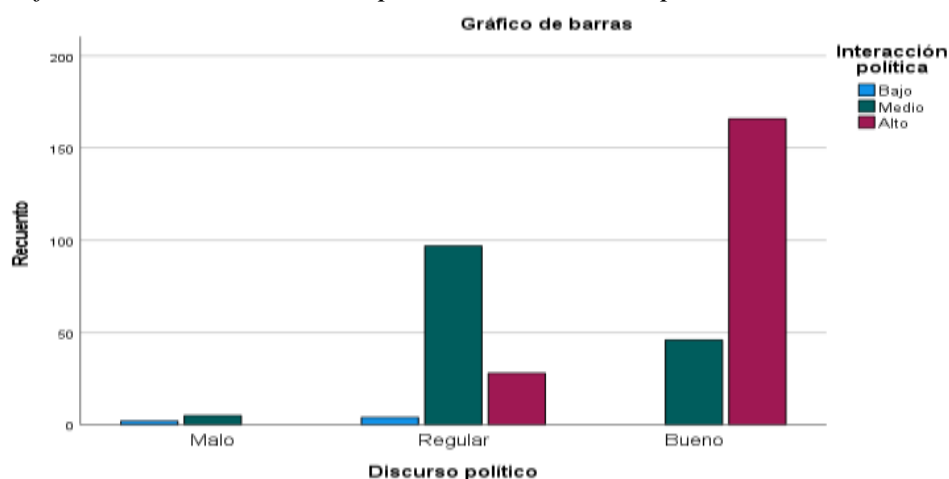
Estos hallazgos destacan la importancia de la calidad del discurso político en la formación de una decisión de voto firme entre los estudiantes universitarios.

Tabla 7
Cruce del discurso político e interacción política

		Interacción política			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Discurso político	Malo	f	2	5	0	7
		%	28,6%	71,4%	0,0%	100,0%
	Regular	f	4	97	28	129
		%	3,1%	75,2%	21,7%	100,0%
	Bueno	f	0	46	166	212
		%	0,0%	21,7%	78,3%	100,0%
Total	f	6	148	194	348	
	%	1,7%	42,5%	55,7%	100,0%	

Nota. Información obtenida de la base de datos spss v27.



Figura 5*Gráfico de barras de discurso político e interacción política*

Nota. Información obtenida de la base de datos spss v27

Los resultados presentados en la Tabla 6 y la Figura 4 indican una relación entre la percepción del discurso político y el nivel de interacción política entre los estudiantes. En términos generales, se observa que aquellos con una percepción más favorable del discurso político tienden a involucrarse más en actividades políticas, mientras que quienes tienen una visión negativa muestran niveles más bajos de participación.

En el grupo de estudiantes que califican el discurso político como malo, el 71.4% reporta una interacción política media, mientras que el 28.6% presenta una interacción baja. Esto sugiere que una percepción negativa del discurso político puede estar asociada con cierto grado de desapego o escepticismo hacia la participación política. Estudios previos han señalado que el cinismo político y la desconfianza en el discurso de los líderes pueden desincentivar la participación ciudadana, ya que los individuos pueden percibir el sistema como disfuncional o ineficaz.

Por otro lado, los estudiantes que perciben el discurso político como regular muestran una mayor tendencia hacia una interacción política media (75.2%), con una distribución más equitativa entre los extremos (3.1% baja y 21.7% alta). Este patrón podría reflejar un equilibrio entre la desconfianza y el compromiso, donde la participación política se mantiene en niveles moderados debido a una percepción mixta del discurso político. Investigaciones han sugerido que aquellos con actitudes ambivalentes hacia la política pueden participar ocasionalmente, pero sin un compromiso sostenido.

Finalmente, entre los estudiantes que consideran el discurso político como bueno, la mayoría (78.3%) reporta una interacción política alta, el 21.7% una interacción media, y ninguno muestra una interacción baja. Estos datos refuerzan la idea de que una percepción positiva del discurso político está fuertemente vinculada con una participación más activa. Estudios sobre movilización política han encontrado que cuando los ciudadanos perciben un discurso político estructurado, transparente y confiable, tienden a involucrarse más en actividades cívicas, desde debates políticos hasta votaciones y activismo.

En términos generales, la mayoría de los estudiantes (55.7%) reporta una interacción política alta, lo que indica que, a pesar de las diferencias en percepción del discurso político, hay un nivel considerable de participación política en la muestra. Sin embargo, es importante considerar algunas limitaciones en estos hallazgos. La interacción política puede estar influenciada por factores externos, como el contexto socioeconómico, la cultura política del entorno universitario o el acceso a información política. Además, aunque los datos muestran una correlación clara, no permiten establecer una relación causal directa entre la percepción del discurso político y la participación.

En conclusión, estos resultados sugieren que la calidad del discurso político desempeña un papel clave en la formación del compromiso cívico de los estudiantes. Fomentar un discurso político transparente, coherente y confiable no solo impacta la percepción del sistema político, sino que también fortalece la participación y el involucramiento en asuntos públicos. Investigaciones futuras podrían explorar con mayor profundidad los mecanismos a través de los cuales el discurso político influye en la movilización y el activismo estudiantil.

5.2 Contrastación de hipótesis

5.2.1 Prueba de hipótesis

- Hipotesis alterna. El discurso político influye de manera positiva y significativa en los procesos electorales bajo la perspectiva de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021.



Tabla 8*Correlación entre variables*

		Procesos electorales
Discurso político	Coeficiente de correlación	,908**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	348

Nota. Información obtenida de la base de datos spss v27.

La evidencia presentada en la tabla 07 revela una correlación de 0,908, y el valor de "Sig. (bilateral)" de 0.000, es altamente significativo, lo que significa en otras palabras, existe una fuerte evidencia estadística para respaldar la existencia de una relación positiva muy alta y significativa entre las variables. Por lo tanto, los resultados presentados sugieren que existe una conexión sustancial entre el discurso político y los procesos electorales. El discurso político se asocia con un mejor impacto en los procesos electorales lo que implica que una mejor manejo del discurso político probablemente conducirá a una mejora en el protagonismo de los procesos electorales.

Estos hallazgos sugieren que el discurso político juega un rol esencial en la manifestación y desarrollo de estrategias adecuadas para posicionarse en los procesos electorales, y captar al elector universitario. Este resultado puede tener implicaciones importantes para el diseño de intervenciones electorales y profesionales que puedan ayudar a fomentar una estrategia y priorización idónea del discurso político.

Tabla 9*Informe de ajuste de modelo de la Ha*

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	1873,178			
Final	898,897	974,280	44	,000

Nota. Información obtenida de la base de datos spss v27.



La evidencia presentada en la tabla 08 revela el valor de "Sig. (bilateral)" de 0.000 es altamente significativo, lo que significa en otras palabras, existe una fuerte evidencia estadística para respaldar la existencia de una influencia real y significativa entre las variables. Por lo tanto, los resultados presentados sugieren que existe una influencia sustancial entre el discurso político en los procesos electorales.

Tabla 10

El R² de la Ha

Pseudo R cuadrado	
Cox y Snell	,939
Nagelkerke	,940

Nota. Información obtenida de la base de datos spss v27.

La evidencia presentada en la tabla 09, el valor de Cox y Snell es de 93,3%; y el valor de Nagelkerke de 0.940 (equivalente al 94.0%) indica que el discurso político explica un 94.0% de la varianza en los procesos electorales; se aprueba la Ha, que afirma la influencia significativa.

- Hipotesis alterna. El discurso político influye de manera positiva y significativa en el posicionamiento, bajo la perspectiva de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021

Tabla 11

Correlación entre el discurso político y el posicionamiento

		Posicionamiento
Discurso político	Coefficiente de correlación	,599**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	348

Nota. Información obtenida de la base de datos spss v27.

La evidencia presentada en la tabla 10 revela una correlación de 0,599, y el valor de "Sig. (bilateral)" de 0.000, es altamente significativo, lo que significa en otras palabras, existe una fuerte evidencia estadística para



respaldar la existencia de una relación positiva moderada y significativa entre los factores analizados. Por lo tanto, los resultados presentados sugieren que existe una conexión sustancial entre el discurso político y el posicionamiento. El discurso político se asocia con un mejor impacto en las interacciones políticas lo que implica que una mejor manejo del discurso político probablemente conducirá a una mejora en el posicionamiento en los procesos electorales.

Estos hallazgos sugieren que el discurso político juega un rol esencial en la manifestación y desarrollo de estrategias adecuadas para sumergirse en pocisionamiento durante los procesos electorales, y captar al elector universitario. Este resultado puede tener implicaciones importantes para el diseño de intervenciones electorales y profesionales que puedan ayudar a fomentar una estrategia y priorización idónea del discurso político.

Tabla 12
Informe de ajuste de modelo

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	1291,717			
Final	858,016	433,702	18	,000

Nota. Información obtenida de la base de datos spss v27.

La evidencia presentada en la tabla 11 revela el valor de "Sig. (bilateral)" de 0.001 es altamente significativo, lo que significa en otras palabras, existe una fuerte evidencia estadística para respaldar la existencia de una influencia real y significativa entre los factores. Por lo tanto, los resultados presentados sugieren que existe una influencia sustancial entre el discurso político y el posicionamiento.



Tabla 13
El R² de la Ha

Pseudo R cuadrado	
Cox y Snell	,712
Nagelkerke	,713

Nota. Información obtenida de la base de datos spss v27

La evidencia presentada en la tabla 12, el valor de Cox y Snell es de 71,2%; y el valor de Nagelkerke de 0.713 (equivalente al 71.3%) indica que el discurso político explica un 71.3% de la varianza en el posicionamiento; se aprueba la Ha, que afirma la influencia significativa.

- Ha. El discurso político influye de manera positiva y significativa en la decisión del voto de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021

Tabla 14
Correlación entre el discurso político y la decisión del voto

		Decisión del voto
Discurso político	Coefficiente de correlación	,876**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	348

Nota. Información obtenida de la base de datos spss v27.

La evidencia presentada en la tabla 13 revela una correlación de 0,876, y el valor de "Sig. (bilateral)" de 0.000, es altamente significativo, lo que significa en otras palabras, existe una fuerte evidencia estadística para respaldar la existencia de una relación positiva alta y significativa entre los factores analizados. Por lo tanto, los resultados presentados sugieren que existe una conexión sustancial entre el discurso político y la decisión del voto. El discurso político se asocia con un mejor impacto en la decisión del voto, lo que implica que una mejor manejo del discurso político probablemente conducirá a una mejora en el protagonismo de los procesos electorales con énfasis en la decisión del voto de los jóvenes universitarios.



Estos hallazgos sugieren que el discurso político juega un rol esencial en la manifestación y desarrollo de estrategias adecuadas para sumergirse en la decisión del voto durante los procesos electorales, y captar al elector universitario. Este resultado puede tener implicaciones importantes para el diseño de intervenciones electorales y profesionales que puedan ayudar a fomentar una estrategia y priorización idónea del discurso político.

Tabla 15

Informe de ajuste de modelo

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	1609,654			
Final	991,586	618,068	29	,000

Nota. Información obtenida de la base de datos spss v27

La evidencia presentada en la tabla 14 revela el valor de "Sig. (bilateral)" de 0.001 es altamente significativo, lo que significa en otras palabras, existe una fuerte evidencia estadística para respaldar la existencia de una influencia real y significativa entre los factores. Por lo tanto, los resultados presentados sugieren que existe una influencia sustancial entre el discurso político y la decisión del voto.

Tabla 16

El R² de la Ha

Pseudo R cuadrado	
Cox y Snell	,831
Nagelkerke	,831

Nota. Información obtenida de la base de datos spss v27

La evidencia presentada en la tabla 15, el valor de Cox y Snell es de 83,1%; y el valor de Nagelkerke de 0.831 (equivalente al 83.1%) indica que el discurso político explica un 83,1% de la varianza en la decisión del voto; se aprueba la Ha, que afirma la influencia significativa.



- Ha. El discurso político influye de manera positiva y significativa en la interacción política, bajo la perspectiva de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021

Tabla 17

Correlación entre el discurso político y la interacción política

		Interacción política
Discurso político	Coefficiente de correlación	,792**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	348

Nota. Información obtenida de la base de datos spss v27

La evidencia presentada en la tabla 16 revela una correlación de 0,792, y el valor de "Sig. (bilateral)" de 0.000, es altamente significativo, lo que significa en otras palabras, existe una fuerte evidencia estadística para respaldar la existencia de una relación positiva alta y significativa entre los factores analizados. Por lo tanto, los resultados presentados sugieren que existe una conexión sustancial entre el discurso político y la interacción política. El discurso político se asocia con un mejor impacto en las interacciones políticas lo que implica que una mejor manejo del discurso político probablemente conducirá a una mejora en el protagonismo de los procesos electorales con énfasis en las interacciones políticas de los jóvenes universitarios.

Estos hallazgos sugieren que el discurso político juega un rol esencial en la manifestación y desarrollo de estrategias adecuadas para sumergirse en la interacción política durante los procesos electorales, y captar al elector universitario. Este resultado puede tener implicaciones importantes para el diseño de intervenciones electorales y profesionales que puedan ayudar a fomentar una estrategia y priorización idónea del discurso político.



Tabla 18*Informe de ajuste de modelo*

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	1263,304			
Final	877,865	385,439	16	,000

Nota. Información obtenida de la base de datos spss v27

La evidencia presentada en la tabla 17 revela el valor de "Sig. (bilateral)" de 0.001 es altamente significativo, lo que significa en otras palabras, existe una fuerte evidencia estadística para respaldar la existencia de una influencia real y significativa entre los factores. Por lo tanto, los resultados presentados sugieren que existe una influencia sustancial entre el discurso político y la interacción política.

Tabla 19*El R² de la Ha*

 Pseudo R cuadrado

 Cox y Snell ,670

 Nagelkerke ,670

 Nota. Información obtenida de la base de datos spss v27

La evidencia presentada en la tabla 18, el valor de Cox y Snell es de 67,0%; y el valor de Nagelkerke de 0.670 (equivalente al 67.0%) indica que el discurso político explica un 71.3% de la varianza en la interacción política; se aprueba la Ha, que afirma la influencia significativa.

5.3 Discusión

En el marco del objetivo general, se revela una correlación de 0,908, y el valor de "Sig. (bilateral)" de 0.000, es altamente significativo, lo que significa en otras palabras, existe una fuerte evidencia estadística para respaldar la existencia de una relación positiva muy alta y significativa entre las variables. Estos hallazgos sugieren que el discurso político



juega un rol esencial en la manifestación y desarrollo de estrategias adecuadas para posicionarse en los procesos electorales, y captar al elector universitario. Este resultado puede tener implicaciones importantes para el diseño de intervenciones electorales y profesionales que puedan ayudar a fomentar una estrategia y priorización idónea del discurso político.

La evidencia presentada en la tabla 08 revela el valor de "Sig. (bilateral)" de 0.001 es altamente significativo, lo que significa en otras palabras, existe una fuerte evidencia estadística para respaldar la existencia de una influencia real y significativa entre las variables. Por lo tanto, los resultados presentados sugieren que existe una influencia sustancial entre el discurso político en los procesos electorales. Asimismo, la evidencia presentada en la tabla 09, el valor de Cox y Snell es de 93,3%; y el valor de Nagelkerke de 0.940 (equivalente al 94.0%) indica que el discurso político explica un 94.0% de la varianza en los procesos electorales; se aprueba la H_a , que afirma la influencia significativa.

Estos hallazgos coinciden y tienen concordancia con la investigación de Klofstad (2021) que llevó a cabo una investigación en los Estados Unidos con el propósito de determinar si el tono de voz de los candidatos en sus discursos tiene un impacto en los votantes durante las elecciones de 2012. Los resultados obtenidos indicaron que, al sintetizar la investigación sobre la voz humana y el comportamiento de los votantes, y al combinar la evidencia de un experimento controlado con un estudio observacional de resultados electorales reales, se concluye que el tono de voz de los candidatos, una característica fisiológica específica, puede influir en los resultados electorales.

Estos hallazgos contribuyen a la teoría del discurso; Foucault sostenía la creencia de que nuestra realidad está moldeada por el conocimiento; en otras palabras, ciertos individuos y grupos sociales crean y articulan concepciones sobre nuestro mundo que, en condiciones específicas, se convierten en verdades indiscutibles y comienzan a ser percibidas como normales. Dentro del ámbito de la teoría del discurso, es posible identificar al menos tres corrientes principales: las teorías del discurso posestructuralistas, las normativas-deliberativas y las crítico-realistas, como se explicará a continuación.



Las teorías del discurso posestructuralistas generalmente subrayan el papel fundamental del lenguaje y la comunicación en la construcción de lo que se considera real en una sociedad dada. En este enfoque, el "sujeto hablante" se ve como un resultado de las prácticas discursivas, lo que implica que el discurso no solo describe, sino que también, en cierta medida, configura la realidad social.

En el marco del primer objetivo específico, la evidencia presentada en la tabla 10 revela una correlación de 0,599, y el valor de "Sig. (bilateral)" de 0.000, es altamente significativo, lo que significa en otras palabras, existe una fuerte evidencia estadística para respaldar la existencia de una relación positiva moderada y significativa entre los factores analizados. Por lo tanto, los resultados presentados sugieren que existe una conexión sustancial entre el discurso político y el posicionamiento. El discurso político se asocia con un mejor impacto en las interacciones políticas lo que implica que una mejor manejo del discurso político probablemente conducirá a una mejora en el posicionamiento en los procesos electorales. La evidencia presentada en la tabla 11 revela el valor de "Sig. (bilateral)" de 0.001 es altamente significativo, lo que significa en otras palabras, existe una fuerte evidencia estadística para respaldar la existencia de una influencia real y significativa entre los factores. Por lo tanto, los resultados presentados sugieren que existe una influencia sustancial entre el discurso político y el posicionamiento. La evidencia presentada en la tabla 12, el valor de Nagelkerke de 0.713 (equivalente al 71.3%) indica que el discurso político explica un 71.3% de la varianza en el posicionamiento; se aprueba la H_a , que afirma la influencia significativa.

Estos hallazgos coinciden y tienen concordancia con la investigación de Mejía (2017), donde los resultados revelaron una influencia significativa del discurso persuasivo utilizado por los movimientos regionales y partidos políticos analizados en la decisión de voto de los estudiantes universitarios durante el proceso electoral. Esta influencia fue positiva, ya que los votantes valoraron la importancia del discurso persuasivo en las elecciones, abordando temas cruciales como la delincuencia, el tráfico caótico y la limpieza pública.

Asimismo, concuerdan con el estudio de Zolla (2020) donde los resultados demostraron que mientras el discurso de los candidatos se centraba en el problema más apremiante para los votantes, la inseguridad ciudadana, el discurso propagandístico se enfoca en los



planes inconsistentes del candidato y su incapacidad para abordar los problemas más grandes de la ciudad, como la renovación urbana, el transporte público, las carreteras, la infraestructura y la gestión pública. Este estudio ilustra la influencia del discurso político y mediático en los procesos electorales. Resaltando la influencia del discurso en el posicionamiento durante las campañas electorales.

Estos hallazgos contribuyen a la teoría de la dimensión de posicionamiento, donde manejar la imagen de un líder político requiere de una estrategia y comunicación efectiva. Especialmente si se trata de una campaña electoral, un paso importante para llamar la atención de la gente para las próximas encuestas. No existe una fórmula mágica para un candidato exitoso. Habrá muchos factores iniciales a considerar, como la región, el condado o la ciudad a la que se dirige la campaña, así como el tiempo disponible para fortalecer la imagen (Simas & Ozer, 2021).

En el marco del segundo objetivo específico, la evidencia presentada en la tabla 13 revela una correlación de 0,876, y el valor de "Sig. (bilateral)" de 0.000, es altamente significativo, lo que significa en otras palabras, existe una fuerte evidencia estadística para respaldar la existencia de una relación positiva alta y significativa entre los factores analizados. Por lo tanto, los resultados presentados sugieren que existe una conexión sustancial entre el discurso político y la decisión del voto. El discurso político se asocia con un mejor impacto en la decisión del voto lo que implica que una mejor manejo del discurso político probablemente conducirá a una mejora en el protagonismo de los procesos electorales con énfasis en la decisión del voto de los jóvenes universitarios. La evidencia presentada en la tabla 14 revela el valor de "Sig. (bilateral)" de 0.001 es altamente significativo, lo que significa en otras palabras, existe una fuerte evidencia estadística para respaldar la existencia de una influencia real y significativa entre los factores. Por lo tanto, los resultados presentados sugieren que existe una influencia sustancial entre las el discurso político y la decisión del voto. La evidencia presentada en la tabla 15, el valor de Nagelkerke de 0.831 (equivalente al 83.1%) indica que el discurso político explica un 71.3% de la varianza en la decisión del voto; se aprueba la H_a , que afirma la influencia significativa.

Estos hallazgos coinciden y tienen concordancia con la investigación de Segovia (2021) donde los resultados indican que la valencia emocional, es decir, si las emociones son positivas o negativas, desempeña un papel importante en las decisiones de voto,



especialmente cuando se manifiesta a través de las expresiones faciales. Las emociones positivas aumentan la probabilidad de que un votante elija a un candidato en particular. Al analizar las emociones que los discursos políticos evocan en los votantes, se encontró que los sentimientos positivos hacia el futuro aumentaron la probabilidad de que un votante optara por ese candidato. Estos resultados subrayan la interrelación entre las emociones expresadas por los candidatos en sus discursos y su impacto en la probabilidad de ser elegidos como presidentes. Se descubrió que las emociones que los votantes percibían en el rostro de un candidato estaban altamente correlacionadas con sus decisiones de voto, y que era más probable que un candidato fuera favorecido cuando las emociones transmitidas eran positivas.

Estos hallazgos contribuyen a la teoría de la dimensión de decisión del voto, que establece que las decisiones de votación están influenciadas por varios aspectos tales como sociales, políticos, economía entre otros, en quién tiene que pagar y tomar decisiones. En las campañas electorales, el acto de votar es el medio por el cual los ciudadanos expresan su simpatía por un partido, programa en particular elecciones y candidatos. Así, el voto electoral representa la decisión (Zhang, 2019).

En el marco del tercer objetivo específico, la evidencia presentada en la tabla 16 revela una correlación de 0,792, y el valor de "Sig. (bilateral)" de 0.000, es altamente significativo, lo que significa en otras palabras, existe una fuerte evidencia estadística para respaldar la existencia de una relación positiva alta y significativa entre los factores analizados. Por lo tanto, los resultados presentados sugieren que existe una conexión sustancial entre el discurso político y la interacción política. El discurso político se asocia con un mejor impacto en las interacciones políticas lo que implica que una mejor manejo del discurso político probablemente conducirá a una mejora en el protagonismo de los procesos electorales con énfasis en las interacciones políticas de los jóvenes universitarios. La evidencia presentada en la tabla 17 revela el valor de "Sig. (bilateral)" de 0.001 es altamente significativo, lo que significa en otras palabras, existe una fuerte evidencia estadística para respaldar la existencia de una influencia real y significativa entre los factores. Por lo tanto, los resultados presentados sugieren que existe una influencia sustancial entre el discurso político y la interacción política. La evidencia presentada en la tabla 18, el valor de Cox y Snell es de 67,0%; y el valor de Nagelkerke de 0.670 (equivalente al 67.0%) indica que el discurso político explica un 71.3% de la



varianza en la interacción política; se aprueba la Ha, que afirma la influencia significativa.

Estos hallazgos coinciden y tienen concordancia con la investigación de Ricks (2020) donde se encontró que el uso de un lenguaje formal tenía resultados mixtos, ya que indicaba educación superior y preparación para un cargo nacional, pero también creaba una distancia social entre el orador y la audiencia. Por otro lado, tanto un lenguaje informal como un idioma étnico establecen lazos de parentesco con los oyentes, con el idioma étnico teniendo un impacto aún más significativo. En conclusión, el estudio destaca cómo el lenguaje utilizado por los candidatos en sus discursos políticos puede influir significativamente en su atractivo político en el proceso electoral. Asimismo con el estudio de Vilca (2022), que destacó la importancia de la retórica en la percepción de la imagen de un político, así como a la partitura de la interacción política con los electores y su protagonismo en las campañas electorales.

Estos hallazgos contribuyen a la teoría de la dimensión de interacción política, donde el desarrollo de Internet y los SNS (sitios de redes sociales) ha cambiado en gran medida la forma en que el público debate y participa en los asuntos políticos. Antes de la invención de los SNS, las personas recibían información política a través de los canales de comunicación masiva, donde los políticos influyen en el público y difundían sus ideologías políticas al mismo tiempo. Era una forma de comunicación no recíproca sin retroalimentación e interacciones instantáneas.



CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Primero: El discurso político tiene un impacto positivo y significativo en los procesos electorales, influyendo de manera notable en la percepción y el comportamiento de los estudiantes. Los mensajes políticos durante las elecciones presidenciales de 2021 fueron determinantes en la formación de opiniones y decisiones de voto.

Segunda: El discurso político en las elecciones presidenciales de 2021 se caracterizó por su intensidad y polarización, afectando principalmente a los estudiantes, asimismo el discurso político influyó significativamente en el posicionamiento político de los estudiantes, moldeando sus preferencias y lealtades partidarias.

Tercera: El discurso político tuvo una influencia determinante en la decisión de voto de los estudiantes. Los mensajes de campaña y la percepción de la autenticidad y credibilidad de los candidatos fueron factores clave en la elección final de los jóvenes votantes.

Cuarta: El discurso político también impactó en la interacción política entre los estudiantes, fomentando debates y discusiones tanto en entornos académicos como en redes sociales. La capacidad del discurso para movilizar y polarizar fue claramente evidente durante las elecciones presidenciales de 2021.

6.2 Recomendaciones

Primera: Se sugiere a los partidos políticos y a las autoridades académicas organizar talleres y seminarios que promuevan el análisis crítico del discurso político, con el fin de fortalecer la capacidad de los estudiantes y ciudadanos para evaluar la información política de manera objetiva y reflexiva.



Segunda: A la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac se le sugiere impulsar la creación de grupos de estudio sobre política y comunicación en los campus universitarios, con el objetivo de fomentar el pensamiento crítico y la participación política activa entre los estudiantes.

Tercera: Se recomienda al Jurado Nacional de Elecciones (JNE) establecer regulaciones más estrictas sobre la calidad y veracidad de los discursos políticos, asegurando que los mensajes electorales sean claros, transparentes y basados en hechos verificables.

Cuarta: Se sugiere a los partidos políticos e instituciones públicas desarrollar programas dirigidos a los jóvenes que incentiven el pensamiento crítico y la participación activa en la vida política, con el fin de fortalecer la democracia y la ciudadanía responsable.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abuhadba Salcedo, JA (2021). *Nivel de influencia de la información política de los estudiantes de la UNAMBA en la participación política en el año 2019*.
<https://repositorio.unamba.edu.pe/handle/UNAMBA/968>
- Angermuller, J. (2015). Discourse studies. En J. D. Wright (Ed.), *International encyclopedia of the social & behavioral sciences* (2.^a ed., pp. 510–515). Elsevier.
<https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.03216-5>
- Arnoletto, K. L. (2007). *Curso de teoría política*. Universidad América Latina.
http://ual.dyndns.org/biblioteca/Teoria_Politica_II/pdf/Teoria_Politica_I_2da_parte.pdf
- Benoit, W. L., McHale, J. P., Hansen, G. J., Pier, P. M., & McGuire, J. P. (2003). *Campaign 2000: A functional analysis of presidential campaign discourse*. Rowman & Littlefield.
- Charaudeau, P. (2005). *Le discours politique: Les masques du pouvoir*. Vuibert.
- Charteris-Black, J. (2011). *Politicians and rhetoric: The persuasive power of metaphor*. Springer.
- Converse, P. E. (1964). The nature of belief systems in mass publics. En D. Apter (Ed.), *Ideology and discontent* (pp. 206–261). Free Press.
- Dalton, R. J. (2013). *Citizen politics: Public opinion and political parties in advanced industrial democracies* (6.^a ed.). CQ Press.
- Delli Carpini, M. X., & Keeter, S. (1996). *What Americans know about politics and why it matters*. Yale University Press.
- Dijk, T. A. van, & A., T. (2002). Political discourse and political cognition. En P. Chilton & C. Schäffner (Eds.), *Politics as text and talk: Analytic approaches to political discourse* (pp. 203–237). John Benjamins Publishing Company.
<https://doi.org/10.1075/dapsac.4.11dij>
- Dorantes, G. L., & Aguilar, G. L. (2014). Procesos electorales y democracia: La construcción de una agenda de campaña política. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 21(64), 143–168.
- Easton, D. (1965). *A systems analysis of political life*. Wiley.
- Edelman, M. (1988). *Constructing the political spectacle*. University of Chicago Press.
- Ekström, M. (2012). Gaze work in political media interviews. *Discourse & Communication*, 6(3), 249–271. <https://doi.org/10.1177/1750481312452200>
- Foucault, M. (1988/1965). *Madness and civilization: A history of insanity in the age of reason*. Vintage Books.



- French, J. R. P., Jr., & Raven, B. (1959). The bases of social power. En D. Cartwright (Ed.), *Studies in social power* (pp. 150–167). University of Michigan Press.
- Gennaro, G., & Ash, E. (2022). Emotion and reason in political language. *The Economic Journal*, 132(643), 1037–1059. <https://doi.org/10.1093/ej/ueab104>
- Habermas, J. (1985). *La teoría de la acción comunicativa* (Vols. 1–2). Beacon Press. <https://archive.org/details/theoryofcommunic01habe/page/n9/mode/2up>
- Hobbs, P. (2008). Surging ahead to a new way forward: The metaphorical foreshadowing of a policy shift. *Discourse & Communication*, 2(1), 29–56. <https://doi.org/10.1177/1750481307085576>
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2002). *Foundations of behavioral research* (4.^a ed.). Wadsworth/Thomson Learning.
- Klofstad, C. A. (2021). Candidate voice pitch influences election outcomes. *Political Psychology*, 37(5), 725–738. <https://www.jstor.org/stable/44132921>
- Laclau, E., & Mouffe, C. (1985). *Hegemony and socialist strategy: Towards a radical democratic politics*. Verso.
- Lodge, M., & Taber, C. S. (2013). *The rationalizing voter*. Cambridge University Press.
- Marcus, G. E., Neuman, W. R., & MacKuen, M. (2000). *Affective intelligence and political judgment*. University of Chicago Press.
- Mejía, M. (2017). *Influencia de la significación del discurso persuasivo...* [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. <https://hdl.handle.net/11537/13261>
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. Springer-Verlag.
- QuestionPro. (2015). *Investigación básica*. <https://www.questionpro.com/es/investigacion-basica>
- Ricks, J. I. (2020). The effect of language on voter opinion: Results from a survey experiment in Thailand. *Political Behavior*, 42(1), 83–104. <https://doi.org/10.1007/s11109-018-9487-z>
- San Martín, I. M. (2022). *Análisis crítico del discurso de Alan García Pérez ante la ONU en 1985* [Tesis]. SUNEDU. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3488947>
- Segovia, C. (2021). Decidiendo por quién votar: Evidencia experimental del efecto de las emociones en el voto. *Colombia Internacional*, 107, 3–28. <https://doi.org/10.7440/colombiaint107.2021.01>
- Simas, E. N., & Ozer, A. L. (2021). Polarization, candidate positioning, and political participation in the U.S. *Electoral Studies*, 73, 102370. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2021.102370>



- Stoker, G., Moss, J., Clarke, N., & Jennings, W. (Eds.). (2018). Changing modes of political interaction. En *The good politician: Folk theories, political interaction, and the rise of anti-politics* (pp. 220–254). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108641357.010>
- Tamayo y Tamayo, M. (2006). El proceso de la investigación científica. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/227860/El_proceso__de_la_investigaci_n_cient_fica_Mario_Tamayo.pdf
- Toulmin, S. (2003). *The uses of argument* (Ed. actualizada). Cambridge University Press.
- Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. E. (1995). *Voice and equality: Civic voluntarism in American politics*. Harvard University Press.
- Vilca García, H. R. V. (2022). La retórica como instrumento para mejorar la imagen de un candidato. *Aciertos y desaciertos en la campaña Fujimori 2021* [Tesis de posgrado, Universidad Internacional de La Rioja]. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3163142>
- Wróbel, S. (2015). Logos, ethos, pathos: Classical rhetoric revisited. *Polish Sociological Review*, 191(3), 401–422. <https://polish-sociological-review.eu/Logos-Ethos-Pathos-Classical-Rhetoric-Revisited,119915,0,2.html>
- Zhang, D. (2019). Methods and rules of voting and decision: A literature review. *Open Journal of Social Sciences*, 8(1), Art. 1. <https://doi.org/10.4236/jss.2020.81005>
- Zolla, J. R. (2020). Análisis del discurso mediático y político del proceso electoral a la Alcaldía de Lima de 2018 [Tesis de posgrado, Universidad Internacional de La Rioja]. <https://reunir.unir.net/handle/123456789/8257>



ANEXOS



Anexo 1

Tabla 20

Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	VARIABLES	Metodología
<p>Problema general: - ¿De qué manera el discurso político influye en los procesos electorales, bajo la perspectiva de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones Municipales y Regionales 2022?</p>	<p>Objetivo general: Determinar el grado de influencia del discurso político en los procesos electorales, bajo la perspectiva de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021.</p>	<p>Hipótesis general: El discurso político influye de manera positiva y significativa en los procesos electorales bajo la perspectiva de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021.</p>	<p>Variable 1: Discurso Político</p>	<p>Tipo de investigación: Básica</p> <p>Nivel o alcance de investigación: Correlacional - causal</p>
<p>Problemas específicos: - ¿De qué manera influye el discurso político en el posicionamiento, bajo la perspectiva de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021. - ¿De qué manera influye el discurso político en la decisión del voto de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021. - ¿De qué manera influye el discurso político en la interacción política, bajo la perspectiva de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021.</p>	<p>Objetivos específicos: - Establecer la influencia del discurso político en el posicionamiento, bajo la perspectiva de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021. - Establecer la influencia del discurso político en la decisión del voto de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021. - Determinar la influencia del discurso político en la interacción política, bajo la perspectiva de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021.</p>	<p>Hipotesis Específicas: - El discurso político influye de manera positiva y significativa en el posicionamiento, bajo la perspectiva de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021. - El discurso político influye de manera positiva y significativa en la decisión del voto de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021. - El discurso político influye de manera positiva y significativa en la interacción política, bajo la perspectiva de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021..</p>	<p>Variable 2 Procesos Electorales</p>	<p>Diseño de investigación: - No experimental</p> <p>Población y muestra: - La población está compuesta por 3607 estudiantes universitarios. - La muestra será de 348 electores universitarios.</p> <p>Técnica: Encuesta instrumentos: Cuestionario</p>

Nota. Discurso político y procesos electorales en los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2

Panel Fotográfico

Figura 6

Proceso de aplicación del cuestionario en el campus de la Universidad Nacional Micaela Bastidas



Nota. Los participantes obtuvieron su consentimiento para ser fotografiados y para el uso de estas imágenes con fines académicos.

Figura 7

Proceso de aplicación en los estudiantes sobre su percepción del discurso político.



Nota. Los participantes obtuvieron su consentimiento para ser fotografiados y para el uso de estas imágenes con fines académicos.

Figura 9

Validación de instrumento

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

DATOS GENERALES

1.1. TITULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN: *"Discurso político y procesos electorales en los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021"*

1.2. INVESTIGADOR: Milagros Huamán Merma

DATOS DEL EXPERTO:

2.1. Nombres y Apellidos: Wilmer Reaño Sanchez

2.2. Especialidad: Politólogo / maestría en gestión pública

2.3. Lugar y fecha: 12/03/2024

2.4. Cargo e institución donde labora Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac

COMPONENTE	INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20 %	Regular 21-40 %	Buena 41-60 %	Muy buena 61-80 %	Excelente 81-100%
Forma	11. REDACCIÓN	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.					X
	12. CLARIDAD	Esta formulado con un lenguaje apropiado.					X
	13. OBJETIVIDAD	Esta observado en conducta observable.					X
Contenido	14. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
	15. SUFICIENCIA	Los ítems son adecuados en cantidad y claridad.					X
	16. INTENCIONALIDAD	El instrumento mide pertinentemente las variables de investigación.					X
Estructura	17. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
	18. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación educativa.					X
	19. COHERENCIA	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables					X
	20. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X

I. OPINION DE APLICABILIDAD:

Es viable el presente instrumento para ser aplicado con el propósito de lograr los objetivos de la investigación.....

II. PROMEDIO DE VALORACION:97.....

III. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede su aplicación. (X)

Debe corregirse. ()



Firma del Experto.

DNI: 72766448



Figura 10

Validación de instrumento

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

DATOS GENERALES

1.1. TITULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN: *“Discurso político y procesos electorales en los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021”*

1.2. INVESTIGADOR: Milagros Huamán Merma

DATOS DEL EXPERTO:

2.1. Nombres y Apellidos: Anabel Aranibar Molina.....

2.2. Especialidad: Abogada/Doctora en gestión pública y gobernabilidad.....

2.3. Lugar y fecha: 15/03/2024.....

2.4. Cargo e institución donde labora: Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac.....

COMPONENTE	INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20 %	Regular 21-40 %	Bueno 41-60 %	Muy bueno 61-80 %	Excelente 81-100%
Forma	21. REDACCIÓN	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.					X
	22. CLARIDAD	Esta formulado con un lenguaje apropiado.					X
	23. OBJETIVIDAD	Esta observado en conducta observable.					X
Contenido	24. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
	25. SUFICIENCIA	Los ítems son adecuados en cantidad y claridad.					X
	26. INTENCIONALIDAD	El instrumento mide pertinentemente las variables de investigación.					X
Estructura	27. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
	28. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación educativa.					X
	29. COHERENCIA	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables					X
	30. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X

I. OPINION DE APLICABILIDAD:

Es viable el presente instrumento para ser aplicado con el propósito de lograr los objetivos de la investigación.....

II. PROMEDIO DE VALORACION:98.....

III. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede su aplicación. (X)

Debe corregirse. ()

Firma del Experto.

DNI: 40762796



Figura 11

Validación de instrumento

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

DATOS GENERALES

1.1. TITULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN: "Discurso político y procesos electorales en los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021"

1.2. INVESTIGADOR: Milagros Huamán Merma

DATOS DEL EXPERTO:

2.5. Nombres y Apellidos: Belser Oblitas Núñez

2.6. Especialidad: Magister en gestión pública.....

2.7. Lugar y fecha: 14/03/2024.....

2.8. Cargo e institución donde labora: Municipalidad Provincial de Chota

COMPONENTE	INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20 %	Regular 21-40 %	Bueno 41-60 %	Muy bueno 61-80 %	Excelente 81-100%
Forma	21. REDACCIÓN	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.					X
	22. CLARIDAD	Esta formulado con un lenguaje apropiado.					X
	23. OBJETIVIDAD	Esta observado en conducta observable.					X
Contenido	24. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
	25. SUFICIENCIA	Los ítems son adecuados en cantidad y claridad.					X
	26. INTENCIONALIDAD	El instrumento mide pertinentemente las variables de investigación.					X
Estructura	27. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
	28. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación educativa.					X
	29. COHERENCIA	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables					X
	30. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X

I. OPINION DE APLICABILIDAD:

Es viable el presente instrumento para ser aplicado con el propósito de lograr los objetivos de la investigación.....

II. PROMEDIO DE VALORACION: 95.....

III. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede su aplicación (X)

Debe corregirse. ()

Firma del Experto.

DNI: 42451272



Figura 12

Confiabilidad de instrumento

Análisis de consistencia interna

Confiabilidad del instrumento con la variable "Discurso político"

(Prueba piloto)

Validación de Instrumento_V1.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráfico

27:

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3
3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4
6	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4
8	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3
9	3	4	3	2	3	4	2	3	3	4	2	3
10	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4
11	3	2	4	4	3	2	4	3	3	2	4	3
12	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3
13	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4
14	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3
15	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3
16	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4
17	3	4	3	2	3	4	2	3	3	4	2	3
18	2	3	3	4	2	3	4	2	2	3	4	2
19	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4
20	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2

Alfa de Cronbach	N de elementos
,808	12



Figura 13

Confiabilidad de instrumento

**Confiabilidad del instrumento con la variable “Procesos electorales”
(Prueba piloto)**

IBM SPSS Statistics

Validación de Instrumento_V2.sav [ConjuntosDatos1] - IBM SPSS Statistics

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráfico

28 :

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
1	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
2	2	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	4
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4
5	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4
8	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
9	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3
10	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3
11	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
12	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4
13	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3
14	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
18	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
19	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4
20	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4

Alfa de Cronbach	N de elementos
,786	12



Figura 14

Base de datos Excel

ENCUESTADOS	Discurso político y procesos electorales en los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: elecciones presidenciales 2021																							
	Discurso político												Procesos electorales											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
1	4	3	2	5	5	4	3	3	3	4	4	3	5	2	4	3	4	4	4	4	3	3	4	2
2	3	3	3	5	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
3	5	3	3	5	5	3	5	5	2	5	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3
4	3	2	2	5	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	2	3	4	3
5	5	2	2	4	5	4	3	4	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3
6	5	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	2	2	2
7	4	3	2	3	2	4	3	4	2	3	3	4	3	2	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4
8	5	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
9	4	5	5	5	5	5	4	3	5	3	3	5	5	5	4	4	5	4	3	5	3	4	3	5
10	5	5	5	4	5	3	3	4	3	5	5	4	4	2	4	4	3	4	3	2	2	2	5	4
11	5	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	2	3	3	2	2
12	4	4	4	3	4	3	3	4	2	4	3	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
13	4	5	5	3	5	3	3	3	5	4	5	5	4	5	4	3	5	3	5	5	5	4	5	5
14	4	3	5	4	3	4	5	5	5	5	3	5	4	5	3	5	4	3	4	5	3	3	3	5
15	5	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3
16	3	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3
17	3	4	3	3	5	3	4	3	5	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2
18	3	4	3	3	5	3	4	3	5	4	4	3	3	3	3	3	5	4	5	3	2	4	3	3
19	5	4	5	5	5	3	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
20	3	3	3	2	5	4	4	3	2	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4
21	3	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3
22	5	2	3	3	2	4	5	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
23	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
24	5	5	4	3	5	4	3	3	5	5	5	5	3	5	4	5	5	3	5	4	4	5	5	5
25	5	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
26	4	4	4	3	4	3	3	4	2	4	3	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
27	4	5	5	3	5	3	3	3	5	4	5	5	4	5	4	3	5	3	5	5	5	4	5	5
28	4	3	5	4	3	4	5	5	5	5	3	5	4	5	3	5	4	3	4	5	3	3	3	5
29	5	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3
30	3	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3
31	3	4	3	3	5	3	4	3	5	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2
32	3	4	3	3	5	3	4	3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	5	4	5	3	2	4	3
33	5	4	5	5	5	3	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
34	3	3	3	2	5	4	4	3	2	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4
35	3	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3
36	5	2	3	3	2	4	5	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
37	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
38	5	5	4	3	5	4	3	3	5	5	5	5	3	5	4	5	5	3	5	4	4	5	5	5
39	5	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
40	3	4	4	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3
41	5	5	4	5	5	3	3	3	5	5	5	5	3	5	5	4	5	4	5	3	3	3	5	5
42	3	4	4	5	5	3	3	3	5	3	3	5	3	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	5
43	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3
44	3	4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	4	3
45	3	4	3	3	5	3	5	3	5	3	3	3	4	3	5	3	3	3	5	5	3	5	3	3
46	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3
47	4	5	5	3	4	3	3	5	2	4	5	5	3	5	4	5	4	4	4	5	3	3	5	5
48	5	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
49	3	4	3	3	5	3	5	3	3	3	4	4	3	2	3	5	3	3	5	3	3	4	4	4
50	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	5	3	3	3	5	5	5	2	2	4	4	3



Figura 15

Base de datos Excel

51	3	4	5	4	5	3	4	3	2	4	3	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	3	5
52	3	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
53	5	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
54	4	5	5	4	5	4	3	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	5	5
55	4	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3
56	5	3	3	5	5	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
57	4	3	3	5	5	4	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	4	4	4	2	2	2	2	2
58	3	2	2	5	5	5	5	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	2	2	2	3	3
59	5	3	2	5	5	4	3	4	3	4	3	4	3	2	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2
60	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3
61	3	3	3	5	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	2	4	3
62	4	3	2	5	5	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3
63	5	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
64	4	5	5	5	5	5	4	3	5	3	3	5	5	5	4	4	5	4	3	5	3	4	3	5
65	5	5	5	4	5	3	3	4	3	5	5	4	4	2	4	4	4	3	4	3	2	2	5	4
66	5	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
67	4	4	4	3	4	3	3	4	2	4	3	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
68	4	5	5	3	5	3	3	3	5	4	5	5	4	5	4	3	5	3	5	5	5	4	5	5
69	4	3	5	4	3	4	5	5	5	5	3	5	4	5	3	5	4	3	4	5	3	3	3	5
70	5	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3
71	3	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3
72	3	4	3	3	5	3	4	3	5	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2
73	3	4	3	3	5	3	4	3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	5	4	5	3	2	4	3
74	5	4	5	5	5	3	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
75	3	3	3	2	5	4	4	3	2	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4
76	3	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3
77	5	2	3	3	2	4	5	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
78	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
79	5	5	4	3	5	4	3	3	5	5	5	5	3	5	4	5	5	3	5	4	4	5	5	5
80	5	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
81	3	4	4	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3
82	5	5	4	5	5	3	3	3	5	5	5	5	3	5	5	4	5	4	5	3	3	3	5	5
83	3	4	4	5	5	3	3	3	5	3	3	5	3	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	5
84	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3
85	3	4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	4	3
86	3	4	3	3	5	3	5	3	5	3	3	3	4	3	5	3	3	3	5	5	3	5	3	3
87	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3
88	4	5	5	3	4	3	3	5	2	4	5	5	3	5	4	5	4	4	4	5	3	3	5	5
89	5	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
90	3	4	3	3	5	3	5	3	3	3	4	4	3	2	3	5	3	3	5	3	3	3	4	4
91	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	5	3	3	3	5	5	5	2	2	4	4	3
92	3	4	5	4	5	3	4	3	2	4	3	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	3	5
93	3	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3
94	5	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
95	4	5	5	4	5	4	3	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5
96	5	3	2	5	3	4	4	4	5	5	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	2	3	3	2
97	3	5	3	5	5	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	2	2
98	5	2	3	3	4	4	3	3	2	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2
99	4	3	3	5	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3
100	5	3	2	4	5	3	3	3	2	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2
101	4	3	3	5	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	2	4	3
102	5	3	2	5	5	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3
103	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
104	5	5	5	5	5	5	4	3	5	3	3	5	5	5	4	4	5	4	3	5	3	4	3	5



Figura 16

Base de datos Excel

105	5	5	5	4	5	3	3	4	3	5	5	4	4	2	4	4	4	3	4	3	2	2	5	4
106	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
107	4	4	4	3	4	3	3	4	2	4	3	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
108	5	5	5	3	5	3	3	3	5	4	5	5	4	5	4	3	5	3	5	5	5	4	5	5
109	3	3	5	4	3	4	5	5	5	5	3	5	4	5	3	5	4	3	4	5	3	3	3	5
110	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3
111	5	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3
112	5	4	3	3	5	3	4	3	5	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2
113	5	4	3	3	5	3	4	3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	5	4	5	3	2	4	3
114	5	4	5	5	5	3	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
115	5	3	3	2	5	4	4	3	2	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4
116	5	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3
117	4	2	3	3	2	4	5	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
118	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
119	5	5	4	3	5	4	3	3	5	5	5	5	3	5	4	5	5	3	5	4	4	5	5	5
120	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
121	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3
122	5	5	4	5	5	3	3	3	5	5	5	5	3	5	5	4	5	4	5	3	3	3	5	5
123	5	4	4	5	5	3	3	3	5	3	3	5	3	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	5
124	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3
125	5	4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	4	3
126	5	4	3	3	5	3	5	3	5	3	3	3	4	3	5	3	3	3	5	5	3	5	3	3
127	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3
128	4	5	5	3	4	3	3	5	2	4	5	5	3	5	4	5	4	4	4	5	3	3	5	5
129	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
130	5	4	3	3	5	3	5	3	3	3	4	4	3	2	3	5	3	3	5	3	3	3	4	4
131	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	5	3	3	3	5	5	5	2	2	4	4	3
132	5	4	5	4	5	3	4	3	2	4	3	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	3	5
133	5	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3
134	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
135	5	5	5	4	5	4	3	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5
136	3	3	2	5	3	4	4	4	5	5	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	2	3	3	2
137	5	5	3	5	5	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	2	2
138	4	2	3	3	4	4	3	3	2	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2
139	4	3	3	5	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3
140	4	3	3	5	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	2	4	3
141	5	3	2	5	5	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3
142	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
143	5	5	5	5	5	5	4	3	5	3	3	5	5	5	4	4	5	4	3	5	3	4	3	5
144	5	5	5	4	5	3	3	4	3	5	5	4	4	2	4	4	4	3	4	3	2	2	5	4
145	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
146	4	4	4	3	4	3	3	4	2	4	3	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
147	5	5	5	3	5	3	3	3	5	4	5	5	4	5	4	3	5	3	5	5	5	4	5	5
148	3	3	5	4	3	4	5	5	5	5	3	5	4	5	3	5	4	3	4	5	3	3	3	5
149	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3
150	5	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3
151	5	4	3	3	5	3	4	3	5	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2
152	5	4	3	3	5	3	4	3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	5	4	5	3	2	4	3
153	5	4	5	5	5	3	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
154	5	3	3	2	5	4	4	3	2	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4
155	5	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3
156	4	2	3	3	2	4	5	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
157	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
158	5	5	4	3	5	4	3	3	5	5	5	5	3	5	4	5	5	3	5	4	4	5	5	5



Figura 17

Base de datos Excel

159	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	2	3	3	2	
160	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3
161	5	5	4	5	5	3	3	3	5	5	5	5	3	5	5	4	5	4	5	3	3	3	5	5
162	5	4	4	5	5	3	3	3	5	3	3	5	3	5	4	5	4	3	3	3	3	3	5	
163	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3
164	5	4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	4	3
165	5	4	3	3	5	3	5	3	5	3	3	3	4	3	5	3	3	3	5	5	3	5	3	3
166	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3
167	4	5	5	3	4	3	3	5	2	4	5	5	3	5	4	5	4	4	4	5	3	3	5	5
168	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
169	5	4	3	3	5	3	5	3	3	3	4	4	3	2	3	5	3	3	5	3	3	3	4	4
170	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	5	3	3	3	5	5	5	2	2	4	4	3
171	5	4	5	4	5	3	4	3	2	4	3	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	3	5
172	5	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3
173	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
174	5	5	5	4	5	4	3	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5
175	3	3	2	5	3	4	4	4	5	5	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	2	3	3	2
176	5	5	3	5	5	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	2	2
177	4	2	3	3	4	4	3	3	2	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2
178	4	3	3	5	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3
179	5	3	2	4	5	3	3	3	2	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2
180	4	3	3	5	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	2	4	3
181	5	3	2	5	5	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3
182	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
183	5	5	5	5	5	5	4	3	5	3	3	5	5	5	4	4	5	4	3	5	3	4	3	5
184	5	5	5	4	5	3	3	4	3	5	5	4	4	2	4	4	4	3	4	3	2	2	5	4
185	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
186	4	4	4	3	4	3	3	4	2	4	3	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
187	5	5	5	3	5	3	3	3	5	4	5	5	4	5	4	3	5	3	5	5	5	4	5	5
188	3	3	5	4	3	4	5	5	5	5	3	5	4	5	3	5	4	3	4	5	3	3	3	5
189	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3
190	5	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3
191	5	4	3	3	5	3	4	3	5	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2
192	5	4	3	3	5	3	4	3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	5	4	5	3	2	4	3
193	5	4	5	5	5	3	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
194	5	3	3	2	5	4	4	3	2	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4
195	5	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3
196	4	2	3	3	2	4	5	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
197	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
198	5	5	4	3	5	4	3	3	5	5	5	5	3	5	4	5	5	3	5	4	4	5	5	5
199	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
200	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3
201	5	5	4	5	5	3	3	3	5	5	5	5	3	5	5	4	5	4	5	3	3	3	5	5
202	5	4	4	5	5	3	3	3	5	3	3	5	3	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	5
203	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3
204	5	4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	4	3
205	5	4	3	3	5	3	5	3	5	3	3	3	4	3	5	3	3	3	5	5	3	5	3	3
206	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3
207	4	5	5	3	4	3	3	5	2	4	5	5	3	5	4	5	4	4	4	5	3	3	5	5
208	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
209	5	4	3	3	5	3	5	3	3	3	4	4	3	2	3	5	3	3	5	3	3	3	4	4
210	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	5	3	3	3	5	5	5	2	2	4	4	3
211	5	4	5	4	5	3	4	3	2	4	3	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	3	5
212	5	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3



Figura 18

Base de datos Excel

213	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
214	5	5	5	4	5	4	3	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5	
215	3	3	2	5	3	4	4	4	5	5	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	2	3	3	2
216	5	5	3	5	5	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	2	2
217	4	2	3	3	4	4	3	3	2	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2
218	4	3	3	5	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3
219	5	3	2	4	5	3	3	3	2	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2
220	4	3	3	5	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	2	4	3
221	5	3	2	5	5	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3
222	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
223	5	5	5	5	5	5	4	3	5	3	3	5	5	5	4	4	5	4	3	5	3	4	3	5
224	5	5	5	4	5	3	3	4	3	5	5	4	4	2	4	4	4	3	4	3	2	2	5	4
225	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
226	4	4	4	3	4	3	3	4	2	4	3	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
227	5	5	5	3	5	3	3	3	5	4	5	5	4	5	4	3	5	3	5	5	5	4	5	5
228	3	3	5	4	3	4	5	5	5	5	3	5	4	5	3	5	4	3	4	5	3	3	3	5
229	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3
230	5	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3
231	5	4	3	3	5	3	4	3	5	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2
232	5	4	3	3	5	3	4	3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	5	4	5	3	2	4	3
233	5	4	5	5	5	3	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
234	5	3	3	2	5	4	4	3	2	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4
235	5	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	
236	4	2	3	3	2	4	5	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
237	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
238	5	5	4	3	5	4	3	3	5	5	5	5	3	5	4	5	5	3	5	4	4	5	5	5
239	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
240	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3
241	5	5	4	5	5	3	3	3	5	5	5	5	3	5	5	4	5	4	5	3	3	3	5	5
242	5	4	4	5	5	3	3	3	5	3	3	5	3	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	5
243	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3
244	5	4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	4	3
245	5	4	3	3	5	3	5	3	5	3	3	3	4	3	5	3	3	3	5	5	3	5	3	3
246	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3
247	4	5	5	3	4	3	3	5	2	4	5	5	3	5	4	5	4	4	4	5	3	3	5	5
248	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
249	5	4	3	3	5	3	5	3	3	3	4	4	3	2	3	5	3	3	5	3	3	3	4	4
250	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	5	3	3	3	5	5	5	2	2	4	4	3
251	5	4	5	4	5	3	4	3	2	4	3	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	3	5
252	5	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	
253	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
254	5	5	5	4	5	4	3	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5
255	3	3	2	5	3	4	4	4	5	5	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	2	3	3	2
256	5	5	3	5	5	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	2	2
257	4	2	3	3	4	4	3	3	2	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2
258	4	3	3	5	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3
259	5	3	2	4	5	3	3	3	2	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2
260	4	3	3	5	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	2	4	3
261	5	3	2	5	5	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3
262	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
263	5	5	5	5	5	5	4	3	5	3	3	5	5	5	4	4	5	4	3	5	3	4	3	5
264	5	5	5	4	5	3	3	4	3	5	5	4	4	2	4	4	4	3	4	3	2	2	5	4
265	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
266	4	4	4	3	4	3	3	4	2	4	3	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2



Figura 19

Base de datos Excel

267	5	5	5	3	5	3	3	3	5	4	5	5	4	5	4	3	5	3	5	5	5	4	5	5
268	3	3	5	4	3	4	5	5	5	5	3	5	4	5	3	5	4	3	4	5	3	3	3	5
269	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3
270	5	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3
271	5	4	3	3	5	3	4	3	5	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2
272	5	4	3	3	5	3	4	3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	5	4	5	3	2	4	3
273	5	4	5	5	5	3	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
274	5	3	3	2	5	4	4	3	2	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4
275	5	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3
276	4	2	3	3	2	4	5	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
277	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
278	5	5	4	3	5	4	3	3	5	5	5	5	3	5	4	5	5	3	5	4	4	5	5	5
279	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
280	4	4	4	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3
281	5	5	4	5	5	3	3	3	5	5	5	5	3	5	5	4	5	4	5	3	3	3	5	5
282	5	4	4	5	5	3	3	3	5	3	3	5	3	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	5
283	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3
284	5	4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	4	3
285	5	4	3	3	5	3	5	3	5	3	3	3	4	3	5	3	3	3	5	5	3	5	3	3
286	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3
287	4	5	5	3	4	3	3	5	2	4	5	5	3	5	4	5	4	4	4	5	3	3	5	5
288	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
289	5	4	3	3	5	3	5	3	3	3	4	4	3	2	3	5	3	3	5	3	3	3	4	4
290	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	5	3	3	3	5	5	5	2	2	4	4	3
291	5	4	5	4	5	3	4	3	2	4	3	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	3	5
292	5	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3
293	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
294	5	5	5	4	5	4	3	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5
295	3	3	2	5	3	4	4	4	5	5	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	2	3	3	2
296	5	5	3	5	5	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	2	2
297	4	2	3	3	4	4	3	3	2	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2
298	4	3	3	5	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3
299	5	3	2	4	5	3	3	3	2	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2
300	4	3	3	5	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	2	4	3
301	5	3	2	5	5	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3
302	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
303	5	5	5	5	5	5	4	3	5	3	3	5	5	5	4	4	5	4	3	5	3	4	3	5
304	5	5	5	4	5	3	3	4	3	5	5	4	4	2	4	4	4	3	4	3	2	2	5	4
305	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
306	4	4	4	3	4	3	3	4	2	4	3	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
307	5	5	5	3	5	3	3	3	5	4	5	5	4	5	4	3	5	3	5	5	5	4	5	5
308	3	3	5	4	3	4	5	5	5	5	3	5	4	5	3	5	4	3	4	5	3	3	3	5
309	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3
310	5	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3
311	5	4	3	3	5	3	4	3	5	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2
312	5	4	3	3	5	3	4	3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	5	4	5	3	2	4	3
313	5	4	5	5	5	3	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
314	4	3	3	5	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	2	4	3
315	5	3	2	5	5	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3
316	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
317	5	5	5	5	5	5	4	3	5	3	3	5	5	5	4	4	5	4	3	5	3	4	3	5
318	5	5	5	4	5	3	3	4	3	5	5	4	4	2	4	4	4	3	4	3	2	2	5	4
319	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
320	4	4	4	3	4	3	3	4	2	4	3	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2



Figura 20

Base de datos Excel

321	5	5	5	3	5	3	3	3	5	4	5	5	4	5	4	3	5	3	5	5	5	4	5	5
322	3	3	5	4	3	4	5	5	5	5	3	5	4	5	3	5	4	3	4	5	3	3	3	5
323	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3
324	5	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3
325	5	4	3	3	5	3	4	3	5	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2
326	5	4	3	3	5	3	4	3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	5	4	5	3	2	4	3
327	5	4	5	5	5	3	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
328	5	3	3	2	5	4	4	3	2	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4
329	5	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3
330	4	2	3	3	2	4	5	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
331	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3
332	5	5	4	3	5	4	3	3	5	5	5	5	3	5	4	5	5	3	5	4	4	5	5	5
333	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
334	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3
335	5	5	4	5	5	3	3	3	5	5	5	5	3	5	5	4	5	4	5	3	3	3	5	5
336	5	4	4	5	5	3	3	3	5	3	3	5	3	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	5
337	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3
338	5	4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	4	3
339	5	4	3	3	5	3	5	3	5	3	3	3	4	3	5	3	3	3	5	5	3	5	3	3
340	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3
341	4	5	5	3	4	3	3	5	2	4	5	5	3	5	4	5	4	4	4	5	3	3	5	5
342	4	2	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
343	5	4	3	3	5	3	5	3	3	3	4	4	3	2	3	5	3	3	5	3	3	4	4	4
344	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	5	3	3	3	5	5	5	2	2	4	4	3
345	5	4	5	4	5	3	4	3	2	4	3	5	2	5	4	5	5	4	3	4	4	4	3	5
346	5	4	3	4	5	3	2	5	5	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3
347	4	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	4	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2
348	5	5	5	4	5	2	3	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5



Anexo 4

Figura 21

Encuesta piloto 1

ENCUESTA PILOTO

Título de la Tesis: Discurso Político y Procesos Electorales en los Estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac: Elecciones Presidenciales 2021

Instrucciones: Estimado/a participante, esta encuesta tiene como finalidad recopilar información sobre la influencia del discurso político en los procesos electorales de los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac durante las elecciones presidenciales de 2021. Sus respuestas serán tratadas con absoluta confidencialidad y serán utilizadas únicamente con fines académicos.

Datos Generales

1. Edad: _____
2. Sexo:
 - a) Masculino
 - b) Femenino
 - c) Prefiero no decirlo
3. Facultad a la que pertenece: _____
4. Nivel de estudios:
 - a) Pregrado
 - b) Posgrado

I. Conocimiento sobre el Proceso Electoral 2021 5. ¿Estuvo informado/a sobre las elecciones presidenciales de 2021?

- a) Sí
- b) No

6. ¿Cuáles fueron sus principales fuentes de información? (Puede marcar más de una opción)

- a) Redes sociales
- b) Medios de comunicación tradicionales (TV, radio, periódicos)
- c) Conversaciones con familiares o amigos
- d) Otros: _____

II. Percepción del Discurso Político 7. ¿Considera que el discurso político influyó en su percepción sobre los candidatos?

- a) Sí
- b) No



Figura 22

Encuesta piloto 2

8. ¿Cuál de los siguientes aspectos del discurso político considera más influyente?

- a) Propuestas de gobierno
- b) Imagen del candidato
- c) Estrategia comunicacional
- d) Otros: _____

9. ¿Qué emociones le generaron los discursos políticos durante la campaña electoral? (Puede elegir más de una opción)

- a) Esperanza
- b) Desconfianza
- c) Indiferencia
- d) Preocupación
- e) Otros: _____

III. Participación Electoral y Decisión de Voto 10. ¿Ejerció su derecho al voto en las elecciones presidenciales de 2021?

- a) Sí
- b) No (Explique por qué): _____

11. ¿Cuán seguro/a se sintió al tomar su decisión de voto?

- a) Muy seguro/a
- b) Algo seguro/a
- c) Poco seguro/a
- d) Nada seguro/a

12. ¿Qué factor influyó más en su decisión de voto?

- a) Ideología política
- b) Discurso del candidato
- c) Opinión de familiares o amigos
- d) Medios de comunicación
- e) Otros: _____

IV. Opinión sobre el Impacto del Discurso Político 13. ¿Cree que los discursos políticos promovieron el debate informado entre los estudiantes universitarios?

- a) Sí
- b) No

14. ¿Cómo calificaría la veracidad de los discursos políticos en las elecciones de 2021?

- a) Muy veraces
- b) Parcialmente veraces
- c) Poco veraces
- d) Nada veraces

15. ¿Qué mejoras sugeriría en el discurso político para futuros procesos electorales?

¡Gracias por su participación!

Anexo 5

Figura 23

Cuestionario

11/12/24, 5:00 p.m. CUESTIONARIO - DISCURSO POLÍTICO Y PROCESOS ELECTORALES EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ...

CUESTIONARIO - DISCURSO POLÍTICO Y PROCESOS ELECTORALES EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC: ELECCIONES PRESIDENCIALES 2021

La información brindada será sumamente relevante para lograr los objetivos del estudio mencionado. Cabe aclarar que no existen respuestas correctas e incorrectas, siéntase totalmente libre de responder con naturalidad. Muchas gracias.

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. Correo *

2. ESCUELA ACADEMICO PROFESIONAL *

Marca solo un óvalo.

- ADMINISTRACION DE EMPRESAS
- CIENCIA POLITICA Y GOBERNABILIDAD
- EDUCACION INICIAL
- INGENIERIA CIVIL
- INGENIERIA DE MINAS
- INGENIERIA AGROINDUSTRIAL
- INGENIERIA INFORMATICA Y SISTEMAS
- MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA

<https://docs.google.com/forms/d/1ulh9ryNe8pw3gYiaOIZZGg6nHkGFMixultv256dlum4/edit>

1/11

Fuente. Elaboración propia



Figura 24

Cuestionario

11/12/24, 5:00 p.m. CUESTIONARIO - DISCURSO POLÍTICO Y PROCESOS ELECTORALES EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ...

11/12/24, 5:00 p.m. CUESTIONARIO - DISCURSO POLÍTICO Y PROCESOS ELECTORALES EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ...

6. **P2.** ¿Estás de acuerdo que un candidato se acerque hacia población como lo hizo Pedro Castillo Terrones en los distritos más alejados en su campaña política? *

Marca solo un óvalo.

1. Siempre
 2. Casi Siempre
 3. A veces
 4. Casi nunca
 5. Nunca

7. **P3.** ¿Usted considera que es bueno el nivel de influencia del discurso político que dan los candidatos? *

Marca solo un óvalo.

1. Siempre
 2. Casi Siempre
 3. A veces
 4. Casi nunca
 5. Nunca

8. **P4.** ¿Consideras que el accionar de un candidato frente a acontecimientos coyunturales es importante dentro del discurso político? *

Marca solo un óvalo.

1. Siempre
 2. Casi Siempre
 3. A veces
 4. Casi nunca
 5. Nunca

<https://docs.google.com/forms/d/1ulh9ryNe8pw3qYlaOIZZGg6nHkGFMlxultv256dlum4/edit>

3/11

4. Casi nunca
 5. Nunca

<https://docs.google.com/forms/d/1ulh9ryNe8pw3qYlaOIZZGg6nHkGFMlxultv256dlum4/edit>

2/11



Figura 25

Cuestionario

11/12/24, 5:00 p.m.

CUESTIONARIO - DISCURSO POLÍTICO Y PROCESOS ELECTORALES EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ...

9. **P5.** ¿Crees que el Sentimiento Político influye en el discurso de un candidato? *

Marca solo un óvalo.

- 1. Siempre
- 2. Casi Siempre
- 3. A veces
- 4. Casi nunca
- 5. Nunca

10. **P6.** ¿Considera importante compartir la misma cultura política que el candidato al cual quiere apoyar? *

Marca solo un óvalo.

- 1. Siempre
- 2. Casi Siempre
- 3. A veces
- 4. Casi nunca
- 5. Nunca

11. **P7.** ¿Usted considera que el nivel de sentimiento político de un candidato hacia la población es importante dentro del discurso político? *

Marca solo un óvalo.

- 1. Siempre
- 2. Casi Siempre
- 3. A veces
- 4. Casi nunca
- 5. Nunca



Figura 26

Cuestionario

11/12/24, 5:00 p.m.

CUESTIONARIO - DISCURSO POLÍTICO Y PROCESOS ELECTORALES EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ...

12. **P8.** ¿Considera usted que el sentimiento influye en una persona para apoyar *
a un candidato en las elecciones?

Marca solo un óvalo.

- 1. Siempre
- 2. Casi Siempre
- 3. A veces
- 4. Casi nunca
- 5. Nunca

13. **P9.** ¿Con qué frecuencia te pones en el lugar de los demás para comprender *
sus sentimientos y perspectivas?

Marca solo un óvalo.

- 1. Siempre
- 2. Casi Siempre
- 3. A veces
- 4. Casi nunca
- 5. Nunca

14. **P10.** ¿Usted cree que puede entender las intenciones y pensamientos de *
otras personas en situaciones sociales?

Marca solo un óvalo.

- 1. Siempre
- 2. Casi Siempre
- 3. A veces
- 4. Casi nunca
- 5. Nunca



Figura 27

Cuestionario

13/1/25, 10:27 a.m.

CUESTIONARIO - DISCURSO POLÍTICO Y PROCESOS ELECTORALES EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ...

15. **P11.** ¿Calificarías buenas a tus habilidades para interactuar y comunicarte efectivamente en situaciones sociales? *

Marca solo un óvalo.

1. Siempre
 2. Casi Siempre
 3. A veces
 4. Casi nunca
 5. Nunca

16. **P12.** ¿Calificarías tus habilidades para interactuar y comunicarte efectivamente en situaciones sociales de manera positiva? *

Marca solo un óvalo.

1. Siempre
 2. Casi Siempre
 3. A veces
 4. Casi nunca
 5. Nunca

SEGUNDA VARIABLE PROCESOS ELECTORALES

Responda marcando con una (X) el casillero que a usted le considere correcto teniendo en consideración estas alternativas:

1. Siempre
2. Casi Siempre
3. A veces
4. Casi nunca
5. Nunca

Figura 28

Cuestionario

11/12/24, 5:00 p.m.

CUESTIONARIO - DISCURSO POLÍTICO Y PROCESOS ELECTORALES EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ...

17. **P13.** ¿Usted considera que una buena estrategia y comunicación efectiva mejora la imagen de un candidato para poder llamar la atención de las personas en las encuestas? *

Marca solo un óvalo.

- 1. Siempre
- 2. Casi Siempre
- 3. A veces
- 4. Casi nunca
- 5. Nunca

18. **P14.** ¿Usted considera importante fortalecer la imagen de un candidato de acuerdo a las costumbres que tiene el lugar donde se presenta? *

Marca solo un óvalo.

- 1. Siempre
- 2. Casi Siempre
- 3. A veces
- 4. Casi nunca
- 5. Nunca

19. **P15.** ¿Usted cree que una comunicación emocional puede persuadir y motivar a los electores para ayudar al posicionamiento de un candidato? *

Marca solo un óvalo.

- 1. Siempre
- 2. Casi Siempre
- 3. A veces
- 4. Casi nunca
- 5. Nunca



Figura 29

Cuestionario

11/12/24, 5:00 p.m. CUESTIONARIO - DISCURSO POLÍTICO Y PROCESOS ELECTORALES EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ...

20. **P16.** ¿Usted cree que el método de comunicación que se utiliza en una campaña electoral tiene que estar vinculado a las vivencias de los electores? *

Marca solo un óvalo.

- 1. Siempre
- 2. Casi Siempre
- 3. A veces
- 4. Casi nunca
- 5. Nunca

21. **P17.** ¿Alguna vez usted ha tenido interés para apoyar a un partido en las Elecciones Presidenciales del 2021? *

Marca solo un óvalo.

- 1. Siempre
- 2. Casi Siempre
- 3. A veces
- 4. Casi nunca
- 5. Nunca

22. **P18.** ¿Usted estaba interesado en participar como miembro de mesa o personero de una organización política en las Elecciones Presidenciales del 2021? *

Marca solo un óvalo.

- 1. Siempre
- 2. Casi Siempre
- 3. A veces
- 4. Casi nunca
- 5. Nunca



Figura 30

Cuestionario

11/12/24, 5:00 p.m. CUESTIONARIO - DISCURSO POLÍTICO Y PROCESOS ELECTORALES EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ...

23. **P19.** ¿Usted mostró interés en ir a votar en las Elecciones Presidenciales del 2021? *

Marca solo un óvalo.

- 1. Siempre
- 2. Casi Siempre
- 3. A veces
- 4. Casi nunca
- 5. Nunca

24. **P20.** En las últimas Elecciones Presidenciales del 2021. ¿Alguien le ofreció a usted un favor, regalo o beneficio a cambio de su voto? *

Marca solo un óvalo.

- 1. Siempre
- 2. Casi Siempre
- 3. A veces
- 4. Casi nunca
- 5. Nunca

25. **P21.** ¿Considera usted que las entrevistas televisadas son importantes para el elector ya que mediante esto pueden evaluar el discurso del candidato? *

Marca solo un óvalo.

- 1. Siempre
- 2. Casi Siempre
- 3. A veces
- 4. Casi nunca
- 5. Nunca



Figura 31

Cuestionario

11/12/24, 5:00 p.m. CUESTIONARIO - DISCURSO POLÍTICO Y PROCESOS ELECTORALES EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ...

26. **P22.** ¿Usted cree que las redes sociales coadyuva a la interacción más efectiva entre un candidato y los electores? *

Marca solo un óvalo.

- 1. Siempre
- 2. Casi Siempre
- 3. A veces
- 4. Casi nunca
- 5. Nunca

27. **P23.** ¿Desde su perspectiva las redes sociales tienen un papel importante acerca de la información de los candidatos? *

Marca solo un óvalo.

- 1. Siempre
- 2. Casi Siempre
- 3. A veces
- 4. Casi nunca
- 5. Nunca

28. **P24.** ¿Usted apoyaría a un candidato que solo utiliza las redes sociales y medios de comunicación como medio de campaña política? *

Marca solo un óvalo.

- 1. Siempre
- 2. Casi Siempre
- 3. A veces
- 4. Casi nunca
- 5. Nunca

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

<https://docs.google.com/forms/d/1ulh9ryNe8pw3gYlaOIZZGg8nHkGFMxultv256dlum4/edit>

10/11



Figura 32

Cuestionario

11/12/24, 5:00 p.m. CUESTIONARIO - DISCURSO POLÍTICO Y PROCESOS ELECTORALES EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ...

26. **P22.** ¿Usted cree que las redes sociales coadyuva a la interacción más efectiva entre un candidato y los electores? *

Marca solo un óvalo.

- 1. Siempre
- 2. Casi Siempre
- 3. A veces
- 4. Casi nunca
- 5. Nunca

27. **P23.** ¿Desde su perspectiva las redes sociales tienen un papel importante acerca de la información de los candidatos? *

Marca solo un óvalo.

- 1. Siempre
- 2. Casi Siempre
- 3. A veces
- 4. Casi nunca
- 5. Nunca

28. **P24.** ¿Usted apoyaría a un candidato que solo utiliza las redes sociales y medios de comunicación como medio de campaña política? *

Marca solo un óvalo.

- 1. Siempre
- 2. Casi Siempre
- 3. A veces
- 4. Casi nunca
- 5. Nunca

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

<https://docs.google.com/forms/d/1ulh9ryNe8pw3gYlaOIZZGg8nHkGFMixultv256dlum4/edit>

10/11

