



**UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO**  
**FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLITICAS**



**TESIS**

“Diseño de Estrategias de Comunicación Política para mejorar la Gestión Municipal en el  
Distrito de Íllimo, 2021.”

**AUTOR:**

**Bach.** Josselyn Mercedes Jacinta Barba Santamaria

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE**  
**POLITÓLOGA**

**ASESORA:**

Mag. Mary Isabel Colina Moreno

**FECHA DE SUSTENTACION:**

18 DE JULIO DEL 2022

**LAMBAYEQUE, 2021**

Tesis denominada: “Diseño de Estrategias de Comunicación Política para mejorar la Gestión Municipal en el Distrito de Íllimo, 2021.”, presentada para optar el TÍTULO DE POLITÓLIGA, por:



**Bach. BARBA SANTAMARIA JOSSELYN  
MERCEDES JACINTA  
AUTOR**



**Mag. COLINA MORENO MARY ISABEL  
ASESOR**

**APROBADO POR:**



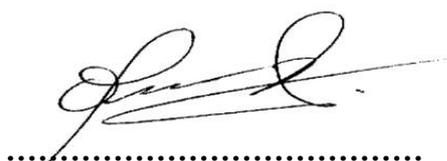
.....

**Abog. MARTINEZ OBLITAS CARLOS MANUEL  
PRESIDENTE**



.....

**Mag. YZQUIERDO HERNÁNDEZ LEOPOLDO  
SECRETARIO**



.....

**Dr. ALARCON REQUEJO GILMER  
VOCAL**

## **DEDICATORIA**

**Dedico esta tesis a la persona más importante en mi vida mi madre Vilma por estar conmigo en cada tropiezo, en cada logro, por guiarme y ayudarme a ser la mujer y profesional que soy ahora. Gracias por ser mi amiga, mi cómplice, mi confidente, por ayudarme a crecer, por amarme, por ser tan tú; pero sobre todo gracias por nunca perder la confianza en mí. A mis hermanos Jherall y Daniela porque por ellos es que sigo esforzándome y de esta manera darles un buen ejemplo a seguir. A mis abuelitos Rosa y Santiago por ser mi fuerza y pilar para poder culminar una etapa más en mi vida. A mi padre Daniel, que a pesar de la distancia fue un pilar fundamental en mi rendimiento académico.**

**Josselyn Mercedes Jacinta Barba Santamaria**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por mantenerme de pie en cada obstáculo y por darme las fuerzas necesarias para continuar en este arduo y largo camino tanto académico como personal y permitirme culminar una etapa más en mi vida.

Agradezco el apoyo y confianza de mi madre, por celebrar mis logros y estar a mi lado en mis tropiezos dándome la fortaleza para continuar.

Agradezco a mi familia por su apoyo incondicional.

Agradezco a mi asesora de tesis, por su valioso apoyo y por ser mi guía en la culminación de mi tesis.

Y agradezco a todas las personas que permitieron que culminara con éxito este proyecto.

## INDICE

DEDICATORIA .....	3
AGRADECIMIENTO.....	4
ÍNDICE .....	5
ÍNDICE DE TABLA.....	6
ÍNDICE DE FIGURAS.....	7
RESUMEN .....	8
ABSTRACT .....	9
INTRODUCCIÓN .....	10
CAPÍTULO I...ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	12
1.1.Planteamiento del Problema. ....	12
1.2.Formulación del Problema. ....	14
1.3.Justificación e Importancia del Estudio.....	14
1.4. Objetivos. ....	15
1.5.Hipótesis .....	16
1.6.Variables.....	16
1.7.Tipo de investigación.....	17
1.8.Diseño de investigación.....	17
1.9. Población y Muestra.....	17
1.10. Métodos y Técnicas.....	18
II. MARCO TEÓRICO .....	20
2.1Antecedentes de la Investigación.....	20
2.1.1 Antecedentes Internacionales .....	20
2.1.2 Antecedentes Nacionales.....	25
2.1.3 Antecedentes Locales.....	29
2.2. Bases Teóricas: .....	30
CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	65
CAPÍTULO IV. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA PARA MEJORAR LA GESTIÓN MUNICIPAL EN EL DISTRITO DE ÍLLIMO.....	77
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN Y CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	83
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	85

## ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1:Sexo del encuestado .....	65
Tabla 2:Zona de residencia del encuestado .....	66
Tabla 3:Edad del encuestado .....	67
Tabla 4:¿Qué medio de comunicación emplea en mayor medida para informarse sobre la gestión administrativa de su municipalidad? .....	68
Tabla 5:¿En qué medida emplea medios virtuales ( portales web, páginas web, etc..) para informarse sobre la gestión administrativa de su municipalidad? .....	69
Tabla 6:¿En qué medida emplea las redes sociales para informarse sobre la gestión administrativa de su municipalidad? .....	70
Tabla 7:¿Cuál es su interés para informarse sobre la gestión administrativa de su municipalidad? .....	71
Tabla 8:¿En qué nivel se encuentra el desarrollo de la publicidad de los eventos y gestión administrativa de la entidad municipal? .....	72
Tabla 9:¿Cuál es su nivel de alcance de cobertura y publicidad de la municipalidad local para informarse sobre la gestión local ? .....	73
Tabla 10:¿Está de acuerdo con el empleo de los medios de comunicación por parte de la entidad local? .....	74
Tabla 11:¿Considera que se debe emplear nuevos medios de comunicación por parte de la entidad para informar a la sociedad? .....	75
Tabla 12:¿Cómo es la comunicación política en el distrito de Íllimo? .....	76

## ÍNDICE DE FIGURAS

Tabla 1:Sexo del encuestado .....	65
Tabla 2:Zona de residencia del encuestado .....	66
Tabla 3:Edad del encuestado .....	67
Tabla 4:¿Qué medio de comunicación emplea en mayor medida para informarse sobre la gestión administrativa de su municipalidad? .....	68
Tabla 5:¿ En qué medida emplea medios virtuales ( portales web, páginas web, etc.) para informarse sobre la gestión administrativa de su municipalidad? .....	69
Tabla 6:¿En qué medida emplea las redes sociales para informarse sobre la gestión administrativa de su municipalidad?.....	70
Tabla 7:¿Cuál es su interés para informarse sobre la gestión administrativa de su municipalidad? .....	71
Tabla 8:¿En qué nivel se encuentra el desarrollo de la publicidad de los eventos y gestión administrativa de la entidad municipal?.....	72
Tabla 9:¿Cuál es su nivel de alcance de cobertura y publicidad de la municipalidad local para informarse sobre la gestión local? .....	73
Tabla 10:¿ Está de acuerdo con el empleo de los medios de comunicación por parte de la entidad local?74	
Tabla 11:¿Considera que se debe emplear nuevos medios de comunicación por parte de la entidad para informar a la sociedad? .....	75
Tabla 12:¿Cómo es la comunicación política en el distrito de Íllimo? .....	76

## **RESUMEN**

La presente investigación científica tiene como objetivo general diseñar estrategias de Comunicación Política para mejorar la Gestión Municipal en el distrito de Íllimo durante el año 2021, lo cual partirá del contexto actual que se desarrolla en el área de Relaciones Públicas de la entidad, con la finalidad de detallar qué medios de comunicación emplean y de cuáles carecen para fortalecer la relación entre gobernante y gobernado.

El tipo de investigación que la autora consideró emplear es el descriptivo-propositivo, de un enfoque cuantitativo y diseño no experimental, así mismo para obtener fuentes y datos confiables para la elaboración de estrategias usó como técnica de investigación la encuesta y como instrumento el cuestionario, el cual fue desarrollado por 264 ciudadanos del distrito de estudio.

Se pudo concluir que la Municipalidad Distrital de Íllimo carece del uso de estrategias de comunicación política para informar adecuadamente al ciudadano del contexto rural sobre la gestión municipal que realizan como autoridad, de la misma manera se corrobora que los pobladores no usan medios virtuales, por el contrario emplean los de uso tradicional para llegar a relacionarse con la autoridad, en consecuencia la comunicación política administrativa no tiene un determinado alcance social, lo cual origina que el ciudadano no se relacione con la gestión edil que se ejecuta.

**Palabras claves:** Comunicación Política, Municipalidad, Medios Virtuales.

## **ABSTRACT**

The present scientific research has the general objective of designing Political Communication strategies to improve Municipal Management in the Illimo district during the year 2021, which will start from the current context that is developed in the entity's public relations area, with the purpose to detail which means of communication they use and which are lacking to strengthen the relationship between the ruler and the ruled.

The type of research that the author considered using is the descriptive-purposeful one, with a quantitative approach and non-experimental design, likewise to obtain reliable sources and data for the elaboration of strategies, I use the survey as a research technique and the questionnaire as an instrument. Which was developed by 264 citizens of the study district.

It was possible to conclude that the District Municipality of Illimo lacks the use of technological means to adequately inform the citizen of the rural context about the municipal management that they carry out as an authority, in the same way it is corroborated that residents over 50 years of age do not use virtual means to get to be related to the authority, consequently the administrative political communication does not have a certain social scope, which means that the citizen does not relate to the municipal management that is executed.

**Keywords:** Political Communication, Municipality, Virtual Media.

## **INTRODUCCIÓN**

La comunicación política en el mundo es una rama de la Ciencia Política que es importante analizar, pues de ella se recogen distintas herramientas, métodos y análisis que ayudan al gobernante a tener una mejor relación con el ciudadano, por ello su desarrollo en todas las entidades del Gobierno Nacional, Regional y Local es significativo.

La presente tesis concibió como finalidad proponer un conjunto de estrategias de comunicación política para mejorar la información y relación del ciudadano con la autoridad local, por lo que su aplicación resolvería distintos problemas que suceden en la sociedad.

Por otro lado, la importancia del desarrollo de este estudio permitirá no solamente resolver problemas organizacionales a nivel interno, también sería fuente de solución para distintas localidades que sufren la trama descrita, así su desarrollo implementaría la importancia de recuperar la legitimidad social que tanto carecen los políticos, como la aprobación de su gestión por ofrecer una información adecuada.

El principal problema que vienen afrontando distintos entes gubernamentales es la desconexión del poblador con sus representantes políticos, por lo que la ejecución de una correcta comunicación política traería soluciones tanto políticas como sociales, por lo que el ejercicio del poder por medio del alcalde sería legitimado, ya que para la toma de decisiones tendría conformidad y aprobación social de la gestión a realizar.

En ese sentido, tras lo descrito la autora formuló la siguiente interrogante de investigación: ¿De qué manera el diseño de Estrategias de Comunicación Política

puede mejorar la Gestión Municipal en el distrito de Íllimo, 2021?, donde para dar una respuesta científica se trazó como objetivo principal: Diseñar estrategias de Comunicación Política para mejorar la Gestión Municipal en el distrito de Íllimo, 2021 y como objetivos específicos a) Examinar cuales son los Medios de Comunicación que emplea la Municipalidad Distrital de Íllimo para informar el desarrollo de la Gestión Municipal, 2021, b) Determinar la Percepción Social de los pobladores de zonas rurales y urbanas sobre la información que reciben a diario de la Gestión Municipal del distrito de Íllimo, 2021, c) Evaluar la efectividad de la Comunicación Política desarrollada en la Municipalidad distrital de Íllimo respecto a la promoción de la imagen de la Gestión Edil, 2021.

Consecuente, el estudio de investigación esta subdividido en V capítulos, por lo que en el primero se detallarán todos los aspectos generales de la tesis, lo cual están compuestas por: la realidad problemática, pregunta de investigación, objetivos, justificación, etc.

En el Capítulo II, se definió la base conceptual del trabajo, por lo que lo componen los antecedentes del problema, la base teórica y el desarrollo de las definiciones conceptuales.

En el Capítulo III: se desarrolló todo el trabajo de campo, dando respuesta a los objetivos planteados, así mismo se plasmó las tablas y gráficos correspondientemente.

Finalmente, en los Capítulos IV Y V se detalló la propuesta de investigación como las conclusiones, recomendaciones y bibliografía correspondientemente.

La Autora.

## **CAPÍTULO I. ASPECTOS METODOLÓGICOS.**

### **1.1. Realidad problemática.**

#### **1.1.1. Planteamiento del problema.**

La comunicación en el mundo toma un rol importante dentro de la vida de los seres humanos, gracias a ella nos podemos mantener informados de lo que puede incidir e impactar en nuestro desarrollo personal, por ello siempre está presente desde la historia de la civilización humana. En esa misma idea, la política tiene una relación constante con esta variable ya que se necesita de ella para poder transmitir lo que se hace como gobierno y aún más generar una adecuada relación entre gobernante y gobernado.

La comunicación política en la actualidad es un campo de la politología que permite establecer una conexión efectiva entre los ciudadanos y sus representantes, no obstante, según Arambulu (2019) múltiples países no hacen un correcto ejercicio de esta especialidad, por lo que sus gobiernos carecen de un adecuado intercambio de información expresiva.

Fortunato (2012) en su estudio “Comunicación Política y Gobiernos Locales” expresa que en los municipios de Chile la comunicación política pasa desapercibida, y esto se refleja a la hora de satisfacer demandas sociales, ya que al no saber que carencias tiene la población, las exigencias y reclamos determinan un alto nivel de desaprobación hacia los representantes políticos.

En esa línea de estudio Ossandon (2015) determina que en el contexto de Argentina, la comunicación política municipal es un tema de análisis y proposición urgente, ya que existen muchas localidades urbanas como rurales que viven una

nefasta gobernabilidad y administración local, y esto se refleja en la poca participación de la población en los asuntos del Estado, en los actos de corrupción que caen los representantes políticos y por último en la desconexión entre líderes y seguidores por no establecer una correcta comunicación entre los partícipes del desarrollo democrático.

Por tanto, se puede deducir que la comunicación política en el aspecto Latinoamericano no es una especialidad que tenga un desarrollo constante en la administración estatal, específicamente en los gobiernos locales, por lo que su ejercicio conllevaría a garantizar un gobierno inclusivo, efectivo y garante de un aspecto democrático.

En el contexto peruano la comunicación política se refleja en lo que se hace y no se hace, entre lo que se comunica o no comunica, el espacio donde la política se desarrolla en su mayor expresión, ya que crea diversos contextos donde el ciudadano puede expresar su voz hacia un gobierno para informar sobre las carencias que suscita en su vida diaria y este resolver las necesidades urgentes que carecen los ciudadanos.

López (2017) en su estudio “Efectos de comunicación política y relaciones de poder” determina que la comunicación política en el Perú y en la gestión de las entidades locales está ausente y esto se denota cuando los representantes políticos ofrecen discursos que no llegan a concretarse ni mucho menos a reflejarse en la gestión que desarrollan, por lo que se convierten en organizaciones sin espacios de relación social.

Bajo esta premisa, se puede deducir que la comunicación política en mayor medida no se desarrolla en diferentes ámbitos locales de nuestro país, y esto se detalla cuando la trasmisión de valores institucionales se ve opacada y reluce todo

aspecto contraproducente a un clima de participación y democratización, produciendo en todo momento quiebre de nexos sociales, insatisfacción de demandas y desconocimiento de la realización de una gestión institucional.

En el distrito de Íllimo, perteneciente a la provincia de Lambayeque, el problema descrito se suscita en municipalidad distrital de este contexto, ya que los procesos comunicacionales no se ejecutan de una forma correcta, acarreado que la población desconozca el trabajo que se viene haciendo desde el aspecto institucional, sobre todo desde la zona rural.

La falta de diseño de estrategias de comunicación política reprime toda operatividad administrativa que se desea informar desde el área de Relaciones Públicas, así mismo la difusión y la socialización de eventos dejan de ser de interés social por no saber ejercer una buena comunicación gubernamental, por lo que la autora ante la problemática vivida y descrita, se plantea la siguiente pregunta de investigación.

## **1.2. Formulación del problema.**

¿De qué manera el diseño de Estrategias de Comunicación Política puede mejorar la Gestión Municipal en el distrito de Íllimo, 2021?

## **1.3. Justificación e importancia del estudio.**

### **1.3.1. Justificación del estudio.**

#### **Justificación**

El presente trabajo de investigación se justifica porque en la municipalidad distrital de Íllimo suscita un problema de comunicación entre gobernante y gobernados, lo cual se refleja en la desinformación del ciudadano respecto a la gestión municipal que se realiza en el contexto de estudio.

Así mismo la presente investigación se realiza para crear un conjunto de estrategias comunicacionales, con el objetivo de mejorar la gestión municipal y conectar al ciudadano en las decisiones que se tomen en la localidad, ya que hoy en día el rol del poblador es importante para satisfacer necesidades básicas como tomar en cuenta su punto de vista en las acciones a realizar.

## **Importancia**

La importancia de la presente investigación radica en ofrecer un marco referencial teórico para futuras investigaciones que tengan una trama similar al descrito, del mismo modo ser un modelo a tener en cuenta por todas las entidades locales de la provincia de Lambayeque, ya que al resolver un problema que pasa en mayor medida todos los gobiernos municipales, traería múltiples beneficios desde el aspecto social como administrativo correspondientemente.

### **1.4. Objetivos.**

#### **1.4.1. Objetivo General.**

Diseñar estrategias de Comunicación Política para mejorar la Gestión Municipal en el distrito de Íllimo, 2021.

#### **1.4.2. Objetivos Específicos.**

a) Examinar cuales son los Medios de Comunicación que emplea la Municipalidad distrital de Íllimo para informar el desarrollo de la Gestión Municipal, 2021.

b) Determinar la Percepción Social de los pobladores de zonas rurales y urbanas sobre la información que reciben a diario de la Gestión Municipal del distrito de Íllimo, 2021.

c) Evaluar la efectividad de la Comunicación Política desarrollada en la Municipalidad distrital de Íllimo respecto a la promoción de la imagen de la Gestión Edil, 2021.

### 1.5. Hipótesis

El diseño de Estrategias de Comunicación Política mejoraría significativamente la Gestión Municipal en el distrito de Íllimo, 2021.

### 1.6. Variables

#### 1.6.1. Variable: Estrategias de Comunicación Política.

#### 1.6.2. Operacionalización de variable

Tabla 1: *Operacionalización de la variable.*

VARIABLE	DEFINICIÓN DE LA VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN POLITICA	Son aquellas estrategias que se realiza en el estado, cuyo fin es determinar la agenda de un político que gobierna, corregir sus actitudes, mejorar su imagen e informar sobre la gestión y administración que realiza como autoridad a la sociedad que representa.	MEDIOS DE COMUNICACIÓN	MEDIOS GENERALES	CUESTIONARIO
			PORTAL WEB	
			REDES SOCIALES	
		PERCEPCIÓN SOCIAL	NIVEL DE CONOCIMIENTO	
			NIVEL DE ACUERDO	
			APROBACIÓN	
		EFECTIVIDAD DE LA COMUNICACIÓN POLITICA	ALCANCE	
			INTERACCIÓN	
			REFORMA	

Fuente: Elaboración Propia.

## **1.7. Tipo y diseño de investigación**

### **1.7.1. Según el fin que persigue: Aplicada**

La investigación aplicada según Sampieri, Fernandez, y Baptista (2014) resuelve problemas a través de soluciones prácticas, por lo que el presente estudio se basa en ofrecer soluciones en base a la realidad y desarrollo de una gestión municipal.

#### **Según el enfoque: Cuantitativa**

Según Sampieri, Fernandez, y Baptista (2014) determinan que las investigaciones de enfoque cuantitativo emplean el uso de frecuencias y porcentajes para una interpretación adecuada de la investigación, por lo que es la característica propia del presente estudio.

#### **Según el alcance: Descriptiva-Propositiva**

En palabras de Sampieri, Fernandez, y Baptista (2014) el estudio es del alcance descriptivo-propositivo, ya que se ejecutó el uso de una sola variable y se diseñará un conjunto de estrategias que tiene como fin mejorar la gestión municipal en el contexto antes descrito.

## **1.8. Diseño de investigación**

El diseño de la investigación es el no experimental, ya que tiene como objetivo en analizar la variable de estudio sin ningún tipo de manipulación, donde se centra en ofrecer propuestas y recomendaciones.

## **1.9. Población y muestra**

### **1.9.1. Población**

La población de la presente investigación está conformada por los ciudadanos

que habitan en el distrito de Íllimo, perteneciente a la provincia de Lambayeque, la cual según la base del INEI son 8856 habitantes.

### **1.9.2. Muestra**

La muestra está determinada por ser una sección de la población, la cual, al ser una población infinita, estará establecida por una fórmula estadística que se detallará de la siguiente manera:

**n:**

**N:** 8856

**Z:** 1.96                       $n = N \cdot Z^2 \cdot P \cdot Q / (N-1) \cdot E^2 + Z^2 \cdot P \cdot Q$

**P:** 0.5                         **n = 264**

**Q:** 0.5

**E:** 0.05

## **1.10. Método, técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **1.10.1. Métodos**

#### **Métodos generales.**

a) El Método Inductivo: El método inductivo se empleó en la presente investigación debido a que el análisis se basa desde aspectos particulares para llegar a una deducción general, el cual implica que los desarrollos de estrategias pueden impactar en medida global a entidades que pasan el mismo problema.

#### **Métodos específicos.**

a) El Método de la observación: Se empleó el método de la observación con la finalidad de desmembrar el problema que suscita la entidad para analizar y con la opinión de la población se podrá observar y definir su percepción para llegar a una solución posible.

b) El Método estadístico, Es aquel método que tiene como objetivo analizar de una manera adecuada los datos que se obtuvieron a través del instrumento de investigación, ejerciendo el programa SPSS y EXCEL correspondientemente.

#### **1.10.2. Técnicas.**

La investigadora va utilizar como técnica investigación: La encuesta, la cual se aplicó con el objetivo de determinar como el diseño de estrategias de comunicación política puede mejorar la gestión municipal del distrito de Íllimo.

#### **1.10.3. Instrumentos.**

El instrumento que va utilizar la investigadora es: El Cuestionario, quien tendrá como objetivo recopilar la información por medio de la escala Likert.

#### **1.10.4. Análisis estadísticos de los datos.**

Los datos que se recopilaron a través de la técnica e instrumento de investigación serán procesados mediante dos programas de análisis, los cuales son el MICROSOFT EXCEL, el cual sirvió para la tabulación de la encuesta y el programa estadístico SPSS, cuyo fin es registrar y analizar tablas, contenidos y figuras correspondientemente.

## **II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Antecedentes de la investigación**

#### **2.1.1 Antecedentes Internacionales**

Campoverde (2016) “Análisis de la aplicación de la Comunicación Política en el Departamento de Comunicación de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales; caso Cuenca, Azogues y Morona, cantones de la Región 6 del país, durante un período” (Tesis de pre grado). Universidad de Azuay. Ecuador.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal analizar desde una óptica general como la aplicación de la comunicación política mejora el área de la comunicación de los gobiernos antes mencionados, con la finalidad de hacer una conexión entre el gobernante y el ciudadano.

Para el desarrollo del trabajo la autora empleo el tipo de investigación descriptiva-propositiva, así mismo para el recojo de datos empleó como método de investigación el análisis documental, utilizando como muestra diversos estudios referentes al problema a solucionar.

La investigadora concluye que el desarrollo de la comunicación política en los gobiernos de cualquier nivel es importante, ya que permitirá dar a conocer cómo se ejercen los recursos públicos, la aplicación de políticas públicas y generar el verdadero sentido de la gobernanza.

El aporte de la presente tesis radica en la importancia que tiene el desarrollo de la comunicación política cuando se asume un gobierno, ya que por medio de ella se logra conectar el Estado con el ciudadano, generando en todo momento el verdadero sentido democrático de un país.

Ruiz (2016) en su tesis “Habilidades Comunicativas y Comunicación Política” (Tesis de posgrado). Universidad Miguel Hernández. España.

La presente investigación tiene como objetivo general diseñar un enfoque comunicacional desde el campo político, con la finalidad de mejorar las habilidades y competencias de los distintos gobernadores del Estado español, ya que muchos carecen de relaciones interpersonales a la hora de asumir un cargo en la administración pública.

La Investigadora para el desarrollo de su trabajo científico empleó el tipo de investigación descriptiva-propositiva. Para la obtención de datos se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario quien fue desarrollado por 397 gobernadores políticos.

La investigadora concluye que el desarrollo de habilidades comunicativas por parte de los gobernadores permite ejercer mejor dominio de la escena política, por ello contar con un programa comunicacional gubernamental post electoral es esencial para un correcto ejercicio en la administración Estatal.

El aporte de la presente tesis radica en la importancia de contar con un programa basado en estrategias comunicacionales, así mismo se detalla que el líder debe poseer capacidades y aptitudes para desarrollar su cargo sin ninguna influencia externa, lo cual un especialista en el área de imagen institucional debe ser el personal adecuado para conectar el verdadero sentido participativo de toda sociedad.

Prieto (2015) en su tesis “Los nuevos instrumentos de la Comunicación Política: El uso del Youtube en las campañas electorales en España, 2014” (Tesis de pre grado). Universidad Nacional de Educación a Distancia. España.

La presente investigación tiene como objetivo principal describir los nuevos instrumentales de comunicación política que ejercen los partidos políticos en campañas electorales, con la finalidad de resaltar su incidencia e importancia en la captura del voto popular y en el momento de gobernar.

La investigadora para el desarrollo de su trabajo usó el tipo de investigación descriptiva-propositiva. Para la recolección de datos utilizó como método de estudio el análisis documental.

La investigadora concluye que uno de los principales instrumentos comunicacionales que incide en el voto popular es el YouTube y la televisión, el cual garantiza e impacta en el comportamiento electoral, de la misma manera cuando el partido ganador llega a ser gobierno, utiliza este medio para dar a conocer a la población el trabajo que se está realizando desde una entidad local.

El aporte de la presente tesis radica en la importancia de ejercer y gestionar estos tipos de instrumentos comunicacionales en la política, ya que en la actualidad y en este panorama covid-19, la influencia de la tecnología para ejercer una correcta administración es esencial, por lo cual cualquier ente público debe contar con herramientas tecnológicas para llegar al ciudadano, en la manera de informar, interceder e intervenir en las decisiones públicas que se tome.

Enríquez (2017) en su trabajo científico “Comunicación Estrategica y Politica en Ecuador: Análisis de la campaña municipal de Augusto Barrera Guarderas” (Tesis de posgrado). Universidad del País Vasco. Ecuador

La presente investigación tiene como objetivo principal analizar cómo fue la campaña municipal del candidato antes mencionado, con la finalidad de detallar todos los medios audiovisuales y herramientas económicas que empleó para captar el voto del elector y conseguir un amplio respaldo social cuando tomó posesión del gobierno.

El investigador para el desarrollo de su trabajo usó el tipo de investigación descriptiva-propositiva. Para la recolección de datos utilizó como método de estudio el análisis documental, del mismo modo empleó también el análisis estadístico, lo cual sirvió para determinar el porcentaje de aprobación social que obtuvo el líder político.

La investigadora concluye que las comunicaciones estratégicas en el campo político tienen una relación significativa, por lo que se sustenta que cuando se está en campaña electoral es importante saber comunicar y llegar al elector, de la misma manera sucede cuando llegan hacer gobierno en una localidad.

El aporte de la presente tesis radica que en el momento pre y post campaña electoral es importante tener en cuenta el desarrollo de la comunicación política, pues a partir de ella se refleja el accionar del líder político, así mismo de la relación con las necesidades del ciudadano.

Olmedo (2016) en su trabajo científico “Las radios comunitarias en México: Un caso de comunicación política alternativa” (Artículo Científico). Universidad Nacional Autónoma de México. México.

La presente investigación tiene como objetivo principal de qué manera el uso de las radios comunitarias puede mejorar la comunicación política en las zonas rurales del estado de México, con la finalidad de detallar que el uso de la tecnología no es de acceso a las zonas que carecen de servicios de internet.

El investigador para el desarrollo de su trabajo usó el enfoque analítico, de un tipo de investigación explicativa-transversal. Para la obtención de datos se empleó como técnica de investigación la encuesta y como instrumento el cuestionario quien fue aplicado a 323 pobladores de zonas comunitarias del estado mexicano.

La investigadora concluye que todos los gobiernos locales, regionales y nacionales deben de buscar los diferentes medios para llegar al ciudadano, especialmente los que carecen de los servicios básicos como luz e internet, por ello el implemento del uso radial es efectivo para mantener informado al ciudadano rural.

El aporte de la presente tesis radica en que los gobiernos locales, en especial los que tienen zonas de difícil acceso a la tecnología, deben de emplear el uso de la radio, ya que ello refuerza el sentido democrático y de inclusión para todas las poblaciones.

### **2.1.2 Antecedentes nacionales**

Rodríguez (2019) en su tesis titulada "Políticas Comunicacionales de la Municipalidad Distrital de Pacasmayo y su influencia en la Percepción de los pobladores del Centro Poblado El Progreso, en 2018" (Tesis de pregrado). Universidad Privada del Norte. Trujillo.

La presente investigación citada tiene como propósito general determinar si existió una influencia significativa por parte de las políticas comunicacionales de la municipalidad en estudio sobre la percepción social de los ciudadanos del centro Poblado durante el año 2018.

La investigadora para el desarrollo de su trabajo aplicó el tipo de investigación descriptiva, explicativa-no experimental. Para el recojo de datos se emplearon dos tipos de instrumentos de recolección, el cuestionario (cuantitativo) y entrevista (cualitativo), para determinar la realidad problemática.

Se concluye que existe una desconexión entre la Municipalidad en estudio y los ciudadanos del distrito de Pacasmayo, debido a que no se realiza una buena comunicación por la poca efectividad de las políticas comunicacionales, las cuales se caracterizan por ser manejadas tradicionalmente, sin una innovación tecnológica.

El aporte del presente estudio ratifica que la falta de creación de políticas comunicacionales incide negativamente en la percepción de la población, y esto se detalla en la poca información que recibe el ciudadano sobre la realización de la gestión que se viene realizando.

Malca (2017) en su tesis titulada "Modelo Integral de Comunicación Política Gubernamental para efectivizar la Gestión Municipal en el Norte del Perú." (Tesis de posgrado). Universidad Cesar Vallejo. Trujillo.

La presente investigación científica tiene como objetivo principal proponer un modelo Integral de Comunicación Política Gubernamental para efectivizar la Gestión Municipal en el Norte del Perú, específicamente en los departamentos de Trujillo, Chiclayo y Piura, bajo el enfoque teórico de los sistemas, que contribuye específicamente al desarrollo de una región.

El investigador para el proceso de su tesis aplicó el tipo de investigación descriptiva, propositiva, de un diseño no experimental. Para el recojo de datos se emplearon como instrumento el cuestionario y para el recojo de evidencias testimoniales, la entrevista.

Se concluye que el desarrollo y ejecución de un modelo integral de comunicación política mejorará significativamente la relación entre los gobernantes y los ciudadanos, del mismo modo va a ser efectiva la noción verdadera de gobernanza, la cual es primordial para ejercer un correcto desarrollo municipal.

El aporte del presente estudio radica en la idea de que todos los gobiernos municipales o regionales deben contar un diseño de estrategias comunicacionales, ya que el ciudadano teniendo una desconfianza social por el manejo de recursos humanos, puede incidir y participar activamente a través de los medios de comunicación e interactuar con su representante político.

Flores (2014) en su tesis titulada "Influencia de la comunicación política en la toma de decisiones del gobierno municipal de Punta Hermosa (2011-2012)" (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima.

La presente investigación citada tiene como objetivo primordial analizar de qué manera influyó la comunicación política en las decisiones tomadas del gobierno municipal de Punta Hermosa, ya que es un campo de investigación poco estudiado por los politólogos.

La investigadora para el desarrollo de su tesis aplicó el tipo de investigación descriptiva-explicativa, de un diseño no experimental, y enfoque cuantitativo. Para el recojo de datos se emplearon como instrumento de investigación el cuestionario, quien fue resuelto por los trabajadores municipales y líderes de las organizaciones de dicho distrito.

Se concluye que la comunicación política influyó en mayor medida sobre las decisiones gubernamentales que tomaron las autoridades del distrito en estudio, así mismo se detalla que Punta Hermosa es el único distrito que empleó estrategias comunicacionales, las cuales tuvieron resultados positivos en materia de solvencia de necesidades básicas de la población.

El aporte del presente estudio se fundamenta en que la comunicación política debe ser prioridad y manejo de autoridades competentes, ya que su ejecución permite recoger las opiniones de los pobladores, sus inquietudes y genera una participación activa en materia de desarrollo de políticas públicas.

Chero (2018) en su tesis titulada "Propuesta de área de Comunicación Política en la Municipalidad Provincial de Piura-2017. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Piura. Piura.

El presente trabajo científico tiene como propósito general formular la propuesta del área de comunicación política en la Municipalidad de estudio, con la finalidad de conectar de una manera activa al ciudadano con la gestión administrativa que se realiza.

La investigadora para el proceso de su trabajo utilizó el tipo de investigación descriptiva-propositiva, de un diseño no experimental, y enfoque cualitativo. Para el recojo de datos se emplearon como instrumento de investigación el cuestionario, que fue caracterizado desde el método etnográfico, también la entrevista a especialistas del tema.

Se concluye que es necesario y urgente la creación del área propuesta en la investigación, ya que el área de relaciones públicas de la entidad no refleja una adecuada imagen de la entidad, tampoco cumple con su función efectiva, que es conectar a la sociedad con su gobernante.

El aporte del presente estudio se fundamenta en que la creación de un área correspondiente a la comunicación política fomentará el diálogo del representante con los ciudadanos, así mismo se reflejará y detallará los logros obtenidos por la entidad, atención a todos los actores de la sociedad y una articulación correcta entre las entidades que fomentan el desarrollo social de todo contexto.

Aguirre, Calderón, & Tineo (2018) en su tesis titulada “La Comunicación Política y su incidencia en la conciencia ciudadana Huanuqueña-2018” (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Herminio Valdizán. Huánuco.

El presente trabajo científico tiene como objetivo general comprobar la incidencia de la comunicación política en la conciencia de los ciudadanos del departamento de Huánuco, basada en los tiempos de campañas electorales, audiencias, imagen política y utilización de medios.

La investigadora para el proceso de su trabajo científico empleó el tipo de investigación explicativa-correlacional, de un diseño no experimental, y enfoque cuantitativo.

Se concluye que se requiere estudiar la incidencia que tiene la comunicación política en los aspectos de la vida del ciudadano, en ese sentido se comienza con verificar si el gobernante tiene una relación significativa con el pueblo, si tiene un impacto en las acciones que realiza o toma en cuenta las opiniones de los pobladores para la resolución de demandas sociales. El aporte del presente estudio radica en que la comunicación política está en todos los ámbitos del ser humano, por ello es fundamental que todos los gobiernos tengan en cuenta su correcto implemento, ya que gracias a esta especialidad puede incentivar la participación ciudadana que hoy en día está en crisis.

### **2.1.3 Antecedentes Locales**

No se han registrado antecedentes locales, lo cual la presente investigación pretende ser la pionera en el tema de estudio en la localidad de Íllimo.

## **2.2. Bases Teóricas:**

### **2.2.1 Teoría de la Democracia**

La democracia es un sistema político que se manifiesta a través del voto popular, la participación ciudadana a través de las minorías y las decisiones que adoptan las mayorías en un Estado.

Norberto Bobbio (1989) manifiesta que esta debe visibilizarse en todos los ámbitos del Estado y de los individuos que lo conforman, asimismo nos cuenta que la democracia no solo debe ser orientada al ámbito electoral, ya que esta cumple roles esenciales en una nación; como el preservar la base del Estado, defender y proteger los derechos de cada una de las personas respetando así un correcto funcionamiento del orden democrático salvaguardando los derechos de cada ciudadano.

Rousseau (2006) Propone que para que exista una verdadera democracia en una nación se debe establecer un mayor número de gobernantes en relación a los gobernados ya que esto originaría mejores características para toda la población dentro del territorio tales como los derechos, tanto sociales como políticos, libertad, que les permita como ciudadanos debatir en diferentes asuntos públicos en donde no se haga diferencias en relación a estratos sociales, diferencia de riquezas entre otros. Asimismo, plantea dos vertientes de la democracia, democracia deliberativa y democracia directa, en donde toda la ciudadanía pueda elegir, decidir y proponer en asuntos públicos a través de las diferentes propuestas que se establezcan.

Por otro lado, cuando hablamos de democracia hacemos referencia a un sistema de gobernación que se ejecuta bajo las leyes y normas establecidas en la

constitución, la cual es la encargada de delimitar a un estado de derecho social y de determinar el funcionamiento de un gobierno. Pues se evidencia una organización descentralizada a nivel nacional en la que se respeta la soberanía popular a través de la autonomía de las diferentes entidades públicas, territoriales, participativas y democráticas, la cual tiene como base el respeto hacia la dignidad de cada ser humano, en su trabajo, de la solidaridad que se evidencia con las personas que se incorporan a este sistema.

### **2.2.2. Enfoque histórico de la Comunicación Política**

La política y la comunicación han estado en una conexión constantemente durante tiempos remotos, su historia se basa en los primeros años donde se hablaba por primera vez de “gobierno” y ello se traduce en una obra cumbre que marca el hito de la ciencia política, “El príncipe” de Maquiavelo.

Maquiavelo (1469-1527) detalla que siempre existe la necesidad de que los gobernantes y gobernados se comuniquen, ya que los primeros necesitan el apoyo del pueblo para desarrollar sus ideas políticas, los segundos porque desean conocer a los mandatarios que carece la sociedad y qué esperanza tiene de ellos, en ese sentido, todo mensaje y conexión entre estos dos actores es lo que da la importancia y aparición de la comunicación política.

Bajo el estudio de las líneas anteriores, “El príncipe” de Maquiavelo es una obra cumbre que habla netamente del ejercicio del poder, desechando todo paradigma filosófico, por lo cual incluye la forma en como el gobernante debe dirigir un Estado y que actores deben intervenir para realizar una adecuada administración en un contexto correspondientemente, por lo que la comunicación

política fue una de las disciplinas que comenzó a desarrollarse en ese entonces.

Ya en el siglo XVIII, durante la transición y ejercicio de poder de los estados europeos, específicamente en Francia, Luis XVI se convierte en uno de los ponentes que más le interesó la imagen política del gobernante, ya que determinaba que la figura de un político hablaba de cómo se ejercía la administración de un Estado.

Por otro lado, desde el aspecto político, Napoleón fue uno de los gobernantes que manejó el interés del ciudadano bajo el control de las masas, y ello lo logró bajo el implemento de la oficina de opinión pública e imagen política del gobernante, esta instancia tenía como objetivo transmitir mensajes del ejercicio del poder a los ciudadanos y también a los demás estados para mostrar soberanía y poderío estatal.

A partir del siglo XX, la comunicación política se convierte en una profesión, por lo cual ya aparecen los términos de propaganda y medios de comunicación, por ello según Mazzoleni (2010) en su libro “La comunicación Política” empleó el término de la comunicación política relacionando a los gobernantes y ciudadanos a través de la opinión pública, teniendo como objetivo conocer las necesidades de la población e incidir en su activa participación en las decisiones del Estado.

Tras el transcurrir de los años, el enfoque teórico de la comunicación política evoluciona en el sentido de que para relacionar al ciudadano con las acciones del Estado tenía que aplicarse nuevas técnicas de comunicación, con el fin de que los líderes políticos gobernaran de la mano con el pueblo. Así de esta manera las estrategias de comunicación se basaban en la imagen de un político, en las propagandas, los medios de comunicación y el marketing correspondientemente, las cuales se van a utilizar en campañas electorales y gobiernos de turno.

En definitiva, la comunicación y la política siempre están en constante relación, por lo cual dentro del sistema político la utilizan las organizaciones políticas, candidatos y los mismos ciudadanos, por ello en lo actual el uso de esta disciplina genera grandes cambios, el cual radica en la calidad de información que recibe un público en general para detallarle a través de mensajes lo que se hace en una administración, generando una forma más cercana de que el ciudadano forme parte del ejercicio del poder.

### **2.2.3. Teoría de la Comunicación Política**

Según Dominique (1998) la comunicación política se define como todo acto ordenado y encargado de dirigir, informar e influir mediante un mensaje, a un conjunto de electores que espera una información. En ese sentido la comunicación política es todo discurso que tiene legitimidad y sirve para expresar públicamente mensajes políticos ofrecidos por una autoridad, la cual a través de medios se da a conocer a la opinión pública sobre un tema que se está debatiendo y esperando escuchar.

Por otro lado la comunicación política para ejercer su objeto o función según Moreno (2018) necesita de los medios de comunicación, la cual transforma el cambio de opinión a la población determinada, así mismo construye un lenguaje específico que entienden tanto gobernantes como gobernados, por ello se puede deducir que la comunicación política necesita de extensiones y apoyos para lograr su desarrollo, por lo que la televisión, radio y redes tecnológicas son las principales fuentes para ejercer esta disciplina.

La teoría de la comunicación política detalla que esta disciplina es toda actividad que tiene como objetivo prioritario transmitir un mensaje, donde advierte que existen tres elementos importantes: el emisor (político-pueblo), receptor (pueblo-político) y el canal, que puede ser cualquier medio donde pueda transferirse cualquier información.

Hernández (2015) Determina que para hablar de la comunicación política se tiene que analizar la relación de estas mismas variables, por lo que deduce que toda actividad política se fundamenta en la comunicación, ya que las acciones que realizan todo gobierno, organizaciones sociales, intelectuales, etc., tienen que interactuar con medios para incidir en el cambio positivo o negativo de una realidad política, por lo tanto, actuar y comunicar son dos caras de una misma realidad.

En ese sentido, se detalla que la comunicación política es todo proceso de emisión y recepción de mensajes, los cuales son de naturaleza político y están dirigidos hacia un público en específico, la ciudadanía. La comunicación política es uno de los componentes del sistema político, ya que detalla aspecto de poder, liderazgo y ejercicio de la función pública, la cual tiene influencia en la relación social de gobernantes y gobernados.

En concreto la comunicación política tras lo descrito por los autores antes mencionados ejerce un conjunto de componentes que relaciona actores y fundamenta la democracia, con la finalidad de ejercer los derechos que le corresponde a todo poblador.

#### **2.2.4. Medios de comunicación y democracia**

Robles (2005) en su estudio “La importancia de los medios de comunicación en la democracia” determina que el rol de los medios de comunicación en un sistema político es brindar información adecuada de lo que suscita en todos los niveles de gobierno, así mismo por ejercer el derecho de representación, la democracia se compone de instituciones como los partidos políticos, los cuales utilizan estrategias comunicacionales a cambio de votos y estos cuando asumen el poder tienden a emplear estos conductos para resolver problemas sociales y aumente el bienestar social, por lo que estos actos involucra a todos los actores de un Estado.

En esa línea de estudio Dahl (1992) considera que toda democracia se fundamenta en la opinión pública de los ciudadanos, por ello el rol de los medios de comunicación va más allá de informar, por lo que propone que en todo sistema democrático se contribuye a mejorar y ampliar este tema fundamental, es así que propone que los medios de comunicación tienen plena existencia por: controlar una agenda política, educar al votante, induce al consenso y garantiza todo acto de poder bajo el enfoque de transparencia y comprensibilidad.

En base a lo descrito por el politólogo mencionado, se puede deducir que el rol o función de los medios de la comunicación política es garantizar el correcto ejercicio del poder bajo el enfoque de transparencia, por lo que son constructores y voceros de la ciudadanía y ofrecen una correcta institucionalización de la democracia, por lo que todo político tiene el deber de informar de qué manera está ejerciendo y desarrollando los recursos públicos de un país, como las decisiones que

tome e impacte en la calidad de vida del ciudadano.

### **2.2.5 Enfoque teórico de la opinión pública.**

Para Irvin Crespi (1997), nos explica que la Opinión Pública es objeto de estudio de diferentes investigadores sociales tanto, periodistas, políticos, filósofos, entre otros, que están interesados en determinar cómo se crean las opiniones de los individuos dentro de un contexto, como la colectividad ciudadana se convierte en un relevante y que relación guarda con el manejo de las actividades gubernamentales en un Estado democrático.

Es importante comprender y discernir que hablar de opinión pública no es igual a la opinión que tiene el público, esto debido a que la opinión del público se emite ante cualquier situación que se presente y se caracteriza por ser un proceso netamente personal, en cambio en la opinión pública que son situaciones colectivas se ve si la opinión que se va emitir es calificada o autorizada como lo determina.

Rivadeneira (1979), manifiesta que la opinión pública no es considerada algo estático, sino que está sujeta a constantes transformaciones en la que existe modificación y cambios debido a los actores que intervienen en el proceso de formación de la misma, es decir la construcción de la opinión pública se ve influenciada por las interrelaciones que existen entre los actores participantes y otros elementos.

En suma, la opinión pública es considerada descriptible y es resultado del conjunto de interrelaciones de diversos factores, dentro de los cuales se considera a los medios de comunicación como punto principal y el nivel de influencia que estos obtienen en la población.

## **2.3. Definiciones conceptuales**

### **2.3.1. Estrategia política**

La estrategia política es un conjunto de agregados políticos, objetivos, metas y acciones que tienen como fin aprovechar medios y oportunidades para convencer y llegar a un electorado, con la seguridad de conseguir su confianza y legitimidad.

La estrategia política según Schröder (2004) impone una concepción de manejar la política según el criterio de una organización, asociación o entidad social, el cual tiene como fin conseguir y mantenerse en el poder, así mismo se refiere a que las estrategias políticas deben tener resultados, el cual avale sus objetivos a corto, mediano y largo plazo. En ese sentido la estrategia política se entiende como un conjunto de acciones que busca como objetivo principal conseguir y mantenerse adecuadamente en el poder.

### **2.3.2. Estrategia comunicacional**

Las estrategias de comunicación son un conjunto de herramientas a implementar mediante conductos para obtener un fin, la cual se detalla en la conexión entre emisor y receptor.

La estrategia comunicacional tiende a diferentes aspectos en su objetivo, puede ser interna o externa, la cual sigue un mismo lineamiento de utilizar los medios de comunicación generales o tecnológicos para llegar a informar una noticia, producto o acto que suscita en la realidad y entidad de un determinado contexto.

### **2.3.3. Gestión municipal**

Se entiende como gestión municipal aquellos actos de administrar adecuadamente los recursos del Estado mediante un municipio que representa una

localidad, con la asignación y desarrollo óptimo de los enfoques de eficiencia, eficacia y efectividad.

La gestión municipal se ocupa de intentar resolver las carencias que sufre el conjunto de familias que represente, está guiada por un órgano máximo que es la alcaldía y un conjunto de funcionarios que desarrollan un agregado de programas planeados para conseguir el bienestar común.

#### **2.3.4. Comunicación política**

Es aquel tipo de comunicación que se realiza en el Estado, cuyo fin es determinar la agenda de un político que gobierna, corregir sus actitudes, mejorar su imagen e informar sobre la gestión y administración que realiza como autoridad a la sociedad que representa. La comunicación política hace uso de medios para llegar a un determinado contexto social, lo cual tiene como finalidad conectar al gobernante y gobernado y generar una mejor relación entre estos actores del sistema político.

#### **2.3.5. Percepción social**

Arias (2016) Refiere que la percepción social es todo acto del ser humano para juzgar un acto que realiza una determinada persona u organización, así mismo se refleja como la forma positiva o negativa de una institución para calificar un bien o servicio que se ofrece. En ese sentir la percepción social se refleja en la manera de calificar un acto que se realiza dentro de un contexto y que impacta en la sensibilidad del poblador.

### **2.3.6. Facebook**

Es una de las redes sociales que tienen como fin compartir y producir contenidos de diversa índole, desde el aspecto político todas las entidades públicas y privadas utilizan esta red para comunicar a los usuarios sobre noticias y ejecuciones que realizan como organización, así mismo se emplea para generar debate e información.

### **2.3.7. Twitter**

Es una de las redes y plataformas sociales que tienen como objetivo establecer una comunicación bidireccional entre organizaciones y los seguidores, así mismo puede ser multidireccional desde el empleo que se le utilice, desde el aspecto político todas las entidades públicas y privadas a través de sus representantes emplean esta red de comunicación para reflejar sus pensamientos, acciones y obras que realizan en el transcurso de su gestión.

### **2.3.8. WhatsApp**

Es una de las redes que más se emplean en la actualidad, consiste en una plataforma que tiene como objetivo intercambiar mensajes de manera individual o colectivo referido a una noticia o contenido que suscita en el interés de la persona. Desde el aspecto político se emplea esta aplicación con la finalidad de dar comunicados o noticias por parte de una entidad a la población para que tenga en cuenta su opinión o participación en lo referido.

### **2.3.9. Medios de comunicación generales**

Son aquellos medios que nos informan noticias, eventos o mensajes y que se han empleado durante épocas en nuestra vida diaria, los medios de comunicación

generales son la televisión y la radio, quienes han incidido en nuestra cultura y forma de ver la realidad existente.

#### **2.3.10. Políticas comunicacionales**

Es aquella acción planificada por una persona o una entidad y regulada en un marco normativo para desarrollar de una manera correcta la producción, dilución y efecto de la información a través de canales como los medios de comunicación general o tecnológica, una noticia o información competente de toda la población.

## **LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA GESTIÓN MUNICIPAL**

Comunicar los asuntos políticos involucra relacionarse con procesos jurídicos y administrativos amplios. Si bien es cierto que a los funcionarios públicos como a los comunicadores políticos no se les pide que sean analistas o tengan conocimiento de todos los temas que se les asigna; sino que se tengan conocimientos básicos acerca de la política y temas de comunicación, si involucra que actúen de forma adecuada a la situación que se les presenta de manera óptima y eficaz, así mismo tomando como recursos a personas con estudios técnicos especializados en el área que se necesite.

Se requiere por ello que debemos saber que el público que tiene una institución del Estado, es sumamente amplio en su composición a diferencia de las instituciones privadas. Además, su distribución y diversidad son también más extensos. Y finalmente, son consideradas intensas las exigencias de actores centrales como: los partidos políticos, grupos de presión social, el poder legislativo, etc. tienen encima de las instituciones estatales, que las que son realizadas por trabajadores en entidades privadas. (Ticona Callata, 2017)

Es por ello que se hace necesario que las instituciones públicas necesiten estar capacitadas en temas de comunicación en los diferentes niveles, tales como: comunicación intrapersonal, interpersonal, de grupo, organizacional y pública. Además de llevar a cabo un minucioso análisis para determinar de manera adecuada quienes son los receptores del mensaje.

Campero(2007), respecto a lo expuesto líneas atrás, señala que se necesita de una estructuración comunicacional, la cual se logrará a través de la creación de

organizaciones debidamente institucionalizadas y especializadas en dicha materia, aunque la comunicación gubernamental, es una respuesta principalmente a las demandas de la administración pública, llega a transformarse en una herramienta básica para las relaciones expresivas en los diferentes niveles de desarrollo social.

En el contexto actual, los gobiernos locales han tomado una gradual importancia por lo que se les han ido asignando atribuciones ejecutivas de carácter autónomo en lo que respecta a la asignación de recursos públicos, no obstante, esta importancia vino acompañada de más responsabilidades y compromisos por asumir, resultado de los diferentes procesos de democratización que han caracterizado América Latina.

Perú al igual que otros países es uno de los que recientemente ha incorporado prácticas como la rendición de cuentas que permitan la transparencia de los procedimientos hechos por las autoridades de las instituciones del Estado. Actualmente, los gobiernos locales peruanos se encuentran involucrados en una peleada competencia electoral, la cual se evidencia en los procesos de sus gobernantes, quienes se ven en la necesidad de hacer uso de un conjunto de elementos que les permita mantener la simpatía y confianza de la población que los llevó a ser sus representantes. Por lo que se hace sumamente importante saber comunicar desde que se inicia la etapa gubernamental, pero también se hace necesario saber descifrar y comprender lo que la población quiere transmitir a partir de sus respectivas manifestaciones sociales.

Los tipos de comunicación de los que hacen uso los gobiernos locales para determinar el vínculo de gobierno-sociedad, se relaciona más que todo en los

gobiernos locales del sector rural, pues en ellos aún se siguen haciendo uso de los medios de comunicación tradicional como el perifoneo, avisos radiales, tabla de avisos fuera el municipio, las asambleas, juntas o reuniones comunales. Esto producto de la situación de pobreza o pobreza extrema por la que se caracterizan dichas localidades.

El motivo por el que los municipios que se encuentran en zonas urbanas y son de gran extensión es que tienen que hacer llegar el mensaje a sus ciudadanos de la manera más rápida y clara posible, ya que con ello se cortan los tiempos y las distancias por lo mismo que están dotadas del suficiente presupuesto para ejecutar gastos en medios masivos de difusión como: la radio, el internet, televisión y publicidad.

Además de las diferencias a nivel demográfico, social, cultural, político y económico de las zonas rurales, debemos tener en cuenta que tanto los funcionarios públicos, servidores públicos y los trabajadores de las áreas de relaciones públicas o comunicación social municipal, hacen uso exclusivo de la comunicación interpersonal o mediante asambleas, reuniones, juntas vecinales, entre otros. Dichos eventos representan la manera de cómo se generan las relaciones comunicativas entre el gobierno y la sociedad civil.

Collado (2007), afirma que en los eventos públicos y reuniones sociales es donde los líderes políticos se relacionan con la población y receptiona de ellos puntos de vista críticos o aprobatorios de su gestión, es por ello que estas actividades son sumamente importantes, especialmente porque son eventos en donde las autoridades demuestran su imagen y se crean vínculos más cercanos con la sociedad.

Moreu (2005), señala que la comunicación gubernamental se ha transformado actualmente en una tarea administrativa diversificada, siendo muy complicada de delimitar y clasificar, que se puede comparar a un “cajón de sastre” en el cual se encuentra compuesto por información política relevante, relaciones públicas, información acerca de los servicios administrativos públicos, la comunicación interpersonal y la publicidad de la institución pública.

Temas tan relevantes como el derecho al libre acceso de información, los tipos de usuarios, el origen de los mensajes, las tecnologías de información y comunicación y los esquemas de las diversas áreas administrativas que brindan servicios a la sociedad, son factores que acompañan al diseño de los procesos de comunicación gubernamental que es necesario tener presentes en dicha relación permanente entre la administración pública con los ciudadanos. (Moreu, 2005)

Por ello consideramos, que resulta adecuado establecer una propuesta conceptual sobre la comunicación pública, política o gubernamental, lo que permitirá establecer parámetros de dicho fenómeno y enfocarlo en el contexto de los gobiernos municipales. Es así que podemos definirlo como: Toda actividad en donde existe una relación de comunicación de carácter bidireccional, que se produce entre la administración pública y la ciudadanía a través de mensajes compuestos de significados diferentes, elementos comunicacionales, mediante diversos medios interpersonales, asociados, organizaciones de masas y telemáticos. Es de carácter instrumental y su objetivo específico se establece acorde al contexto político o la gestión administrativa o ejecutiva de turno; los mencionados objetivos específicos se relacionan en su mayor parte, obligatoriamente, con alguno de los fines que

pretende la administración pública de entidades estatales o cualquier otro poder del estado, siendo identificados como fines de interés social.

Un punto importante que se le asigna a la comunicación política es que su función no solo se centra en informar a la población, sino que debe verse como un objetivo que promueva la participación de la ciudadanía en la vida pública y mediante ello promover la responsabilidad civil y social dentro de un proceso democratizador. Es así que, mientras las políticas de información se basan, específicamente, en la promoción de información de interés público, la política de comunicación pública se fundamenta en: “todas las actividades mediante las cuales los poderes del estado tienen la iniciativa de establecer las condiciones necesarias de comunicación de la ciudadanía, esto quiere decir que necesitan equilibrar las estructuras de comunicación social. Esta última, rige por encima de los contenidos que deben ser ejecutados, establecidos y repartidos entre los poderes públicos, con el objetivo de lograr incrementar y fortalecer la participación social. (Ramió, 1999)

En las últimas décadas, se ha evidenciado en los gobiernos cambios radicales en cuanto al desarrollo de sus competencias y en el ejercicio de sus funciones públicas, dicho contexto ha repercutido a gran escala dentro de las instituciones públicas de nivel local no solamente al aspecto funcional sino también en el estructural. Es por ello, que actualmente, el tradicional modelo burocrático, centrado en funciones y estructuras de comunicación unidireccional, ha sido remplazado por estructuras de comunicación de gestión mucho más participativas y relacionales. Por otra parte, Puig (2003), afirma que la comunicación política de la que hacen uso las entidades de nivel local ya no se entiende necesariamente como una comunicación

única en referencia a los servicios públicos, sino que analizándolo desde una mirada más compleja de comunicación organizacional mediante la cual se va implantar dentro de la mente de los ciudadanos como una marca de la ciudad a la que pertenecen incorporada de valores innatos.

En tal sentido, Ramió (1999) afirma que desde la orientación neo pública de la administración pública municipal, las técnicas y procedimientos de comunicación se encaminan hacia la identificación de personas que tengan la intención de colaborar mutuamente en proyecto de mejora social, de forma que estos se involucran dentro del diseño, implementación y ejecución de las diversas áreas de trabajo, proyectos e iniciativas que quiera emprender la entidad pública local, en donde estos apoyan de manera activa en el logro de resultados en la aplicación de las políticas públicas planteadas para determinados fines.

Estos desarrollos de la cultura organizacional en los esquemas municipales han tenido gran influencia directa en la formación de unidades de gestión administrativa municipal, las cuales han tenido por objetivo la aplicación de estrategias y técnicas de comunicación pública gubernamental direccionadas hacia la ciudadanía, tomando en cuenta los objetivos propuestos por el equipo técnico del gobierno municipal.

### **Elementos de la comunicación pública municipal**

➤ Marca: Este es el elemento sobre el que se va regir y orientar la imagen del municipio, ya que será la que genere sentimientos y proyectará lo que hace hacia el público. Las entidades públicas no comunican servicios, proyectan a la entidad como imagen, como marca.

➤ Comunicación Interna: Es el elemento que se enfoca en proyectar a la municipalidad como una entidad innovadora, abierta para la sociedad y con decisión política. Asimismo, establece la estructura organizacional de los servidores y funcionarios con ideas de identidad, representación, arraigo, autonomía y descentralización.

➤ Comunicación externa: En este elemento se hace uso de la comunicación corporativa de la marca, se establecen los procesos que se irán desarrollando de forma gradual, así como los instrumentos, servicios y relaciones públicas

### **CLASIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA – MUNICIPAL**

➤ Comunicación descriptiva. - También llamada comunicación informativa o de información pública, se centra en que la entidad pública transmite mensajes, conocimientos e información a la sociedad. Teniendo como objetivo proporcionar información respecto a los servicios que brinda la administración pública municipal, a esto se le denomina comunicación de servicios.

➤ Comunicación preceptiva. - También llamada perceptiva, se centra en incidir en las actitudes del público receptor de información, para configurarlo. Según el nivel de la prescripción, se establecen modelos de mensajes (imperativos, consejos o demandas). El tipo de comunicación que se expresa como leyes o normas, suele tomar la forma de mensajes imperativos, por otra parte, hay herramientas más sutiles para incidir en el comportamiento de los ciudadanos, a través de la publicidad, en la cual, acompañada de consejos o demandas, también se encuentran inducidos.

➤ Comunicación constitutiva. - Mediante este tipo de comunicación se

establecen, configuran o demandan aspectos jurídicos. En tal sentido, la comunicación es indispensable para que se pueda establecer una administración pública eficiente. Esta comunicación es la más investigada en la materia y la única que tiene una regulación a nivel jurídico de carácter solvente.

➤ Comunicación expresiva. - Por medio de esta comunicación se permite participar a la ciudadanía para conocer sus estados de ánimo, opiniones, críticas, exigencias o hacerles compartir información necesaria por parte de la entidad gubernamental.

➤ Comunicación direccionada. - Esta comunicación esta direccionada a los ciudadanos a nivel individual, el mensaje que se emite por parte de la entidad municipal va dirigida a una persona, el anuncio de la acción administrativa a los receptores, la proporción de la información a quien requiere una consulta tributaria, entre otros ejemplos.

➤ Comunicación pública. - Esta clase de comunicación va emitida a colectivos o grupos indeterminados de personas, generalmente se emite por medios de comunicación masivo en donde puede tener el alcance de cualquier sujeto. La comunicación pública también se le relaciona con la publicidad institucional (Garrido, 2000)

## **Herramientas para llevar información a los medios locales**

### **Comunicado De Prensa.**

Los comunicados de prensa son redacciones que proporcionan información acerca de los acontecimientos que pasan en la actualidad. Sin embargo, no tiene

un aval que permita su publicación automática y, mucho menos, una promoción en todo su trayecto, es por eso se debe distinguir por difundir información novedosa y adecuada con la finalidad de captar la atención de los medios de comunicación por exponerla y los periodistas que las emiten.

Asimismo, este mecanismo sirve para que los ciudadanos de determinada localidad emitan información acerca de un determinado evento político, social o cultural. En ese sentido lo que se intenta dar a conocer es un tema de agenda pública.

#### **Dossier o Gacetilla de Prensa. -**

Este instrumento, es un documento que está compuesto por un conjunto de informaciones de carácter global y con características más mezcladas a comparación del comunicado de prensa. Se caracteriza por estar debidamente estructurado, por lo que son remitidos a los periodistas o medios de prensa con todos los componentes necesarios para su posterior redacción como un artículo periodístico o su difusión por medio de radio o televisión.

Este instrumento también sirve para exponer un determinado evento o acontecimiento ya desarrollado. En dicho sentido, la información emitida normalmente se genera en referencia a los hechos más resaltantes del mismo, mediante entrevistas a las autoridades locales o personajes representativos y un recuento de toda la información recogida. Asimismo, puede añadirse información acerca de posteriores actividades que se hayan planificado o réplicas de los eventos ya realizados.

### **Fotografías de Prensa. -**

Es sumamente indispensable tener un conglomerado de fotografías y videos que permitan favorecer o beneficiar la imagen de la municipalidad, así como la de sus funcionarios y servidores públicos para ser remitidas a los medios de prensa. La clasificación de las fotografías se hará de acuerdo al contenido que se requiera. Las fotos informativas se utilizan de acuerdo a determinadas funciones y su razón de ser se sustenta en dejar evidencia de un evento realizado.

### **Informe.**

Es el documento de carácter oficial que demuestra de manera sistematizada y adecuada las actividades programadas por el gobierno municipal, el impacto que estos han tenido, las lecciones que han dejado y los retos que se proyectan a largo plazo. Los principios que orientan su escritura van acordes a los emitidos en la creación de un dossier de prensa o un comunicado de prensa, el cual debe ser redactado de manera clara, lenguaje sencillo, preciso, etc.

### **Contactos Telefónicos.**

Los teléfonos o celulares, se han convertido en el mecanismo más sofisticado y de uso tradicional para los medios de prensa. Es una de las herramientas de trabajo más útil para los periodistas mediante el cual se toma contacto o relaciones directas con el gobierno de turno. Las comunicaciones vía telefónica acaparan diversas necesidades o exigencias por parte de la ciudadanía, dando pie a empezar operaciones estratégicas de prensa-gobierno, mediante la promoción de un

comunicado, evento o la difusión de un documento político de relevancia.

### **Las Entrevistas.**

Este es uno de los instrumentos que más utilidad tienen para las entidades de nivel en su relación directa con la prensa. Las manifestaciones se dan a nivel independiente y la información brindada está sujeta a modificarse a ciertas necesidades.

Como primer punto, se hace una evaluación de la información que el equipo periodístico tiene respecto al municipio o al tema a entrevistar, a partir de ello se le brinda los datos complementarios que se crean necesarios. Se debe considerar previamente la finalidad de donde se puede conducir la entrevista a lo largo de su desarrollo.

Como segundo punto, se debe tener en cuenta las ventajas y desventajas del medio y del periodista que llevará a cabo la entrevista. Se debe considerar a qué público objetivo se dirige dicho medio, así como la imagen que proyecta. Así mismo es imprescindible tener claro el objetivo de la entrevista, tener en cuenta su posición política y los intereses que tiene el medio de comunicación para poder realizar una buena planificación de quienes, cuando y en donde se desarrollará la entrevista.

### **La Conferencia de Prensa.**

Es motivada por el gobierno municipal para promocionar la difusión de una información a un público en específico. Para ello es necesario llevar a cabo una planificación debidamente estructurada y un oportuno estudio de la información que

será transmitida. Este mecanismo constituye el medio idóneo para establecer una relación con la prensa y proporcionarles cierta información. (Gómez Camarero, 2003)

## **LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN POLÍTICO Y PERCEPCIÓN SOCIAL**

En los últimos tiempos la comunicación política se ha convertido un pilar fundamental en la gestión local de los gobiernos subnacionales, más aún en el contexto donde nos encontramos, por consiguiente la capacidad directiva de emplear la accesibilidad a las TIC y los programas complementarios de comunicación es tarea ardua dentro del trabajo gerencial, lo cual según (Carranza, 2020) durante la pandemia COVID-19 el empleo de la tecnología y la comunicación ha significado apertura de canales para relacionar a la autoridad con la población, no obstante en distintos lugares de nuestro país se denota una deficiencia a la hora de informar el trabajo municipal.

La influencia de los medios de comunicación cada día toma relevancia en cualquier contexto donde se desarrolla la administración pública, pues poseen como objeto de estudio información relevante para la sociedad, los cuales son los encargados de ejercer el derecho a la transparencia del manejo de los recursos del Estado. En ese sentido, es importante que las autoridades máximas empleen diversos canales para entablar conexión con los ciudadanos y que éstos ejerzan el control debido para ejecutar una gestión municipal efectiva y eficiente.

Aguilar y Alejo (2016) sostienen que la gestión municipal depende mucho del nivel de satisfacción del ciudadano respecto a la resolución de sus necesidades

básicas, lo cual en la actualidad los municipios peruanos han presentado múltiples deficiencias respecto al empleo de técnicas y herramientas para detallar públicamente su gestión administrativa, por lo que esta trama se refleja en el ocultamiento de información, nula participación ciudadana y deficiente control social.

La utilidad de los medios de comunicación tiene que tener un fin significativo respecto a lo descrito, ya que todos los funcionarios públicos tienen el deber de buscar la manera de ser interlocutores éticos frente la función que realizan, de otra manera, la poca comunicación política impacta en la negativa percepción social de la clase política presente. Dicho de otra forma, la necesidad de comunicar lo que un funcionario público ejerce, posiciona, respalda y legitima el carácter político y administrativo de un gobierno subnacional, lo cual se requiere que las entidades municipales mantengan flujos constantes de relación con el poblador, así como potenciar distintos medios de interlocución para renovar la confianza social y fomentar la participación en la vida pública local.

Bobbio (1996) en su libro *El filósofo y la Política*, determina que el estado en todas sus dimensiones tiende a relacionarse con la ciudadanía, por lo que refiere que la comunicación gubernamental es símbolo de poder público y social, el cual debe garantizar las acciones que realiza a través de la transparencia.

Respecto a lo mencionado, Bobbio señala que la política en general tiende a estudiar al poder como objeto de estudio, y este nace a partir de varias concepciones, como la legitimidad, la comunicación, etc., por lo que los gobernantes tienen que fundamentar su poder político a través del consenso, es decir, justificar a través de

acciones administrativas la confianza que se le brindó a través de urnas, en tanto que, la sociedad logra obediencia, presión y control a través de los medios de comunicación que emplea para transmitir la administración estatal que ejecuta.

Por otro lado, Asensio (2012) citando a Weber (1964) refiere que el término gestión pública se determina por dos aspectos fundamentales: la mejora de la calidad de vida del ciudadano y el adecuado uso de los recursos públicos estatales, en ese sentido surge el proceso de definir el poder político que poseen los alcaldes a través de la confianza depositada en él, en ese sentido toda autoridad debe de tener un alto nivel de legitimidad así como los medios de comunicación adecuados para transparentar su administración.

### **La credibilidad de los medios de comunicación**

El alcance del medio de comunicación y su impacto en la percepción de la ciudadanía ha sido objeto de estudio para la ciencia política en diversos aspectos, Sola (2013) determina que la comunicación de los gobiernos locales hoy en día carece de credibilidad, por lo que su percepción social es negativa. En ese sentido posicionar la imagen del alcalde como de la gestión que realiza, es una trama que se evidencia en la sociedad.

La percepción de los medios de comunicación empleados en la gestión subnacional, carecen de recepción, es decir, muchos de los pobladores no saben o no se relacionan con su autoridad respecto a las acciones que realiza, y ello se evidencia sobre todo en las zonas rurales de diversos lugares por lo que en el

panorama del Covid-19, múltiples poblaciones carecen de medios y ello conlleva a que no se comunique adecuadamente o se informe sobre la administración que se está ejecutando en su localidad.

Tapia (2013) refiere que las relaciones entre el ciudadano y sus autoridades se da por una ineficiente comunicación gubernamental, por ende al no conocer las inquietudes ni necesidades que requiere la población, el funcionario pierde la confianza y legitimidad de los actos que ejecuta, por ello es importante problematizar este panorama, ya que con un adecuado manejo de medios de comunicación y logros comunicativos administrativos, se puede fomentar una intervención adecuada de la población en el aspecto público.

En ese sentido, la percepción del ciudadano respecto a los medios comunicativos que emplea una gestión municipal es negativo, por lo que la preocupación por ejecutar medidas e implementos de comunicación puede mejorar significativamente la gestión pública de cualquier gobierno local, es decir, tener a una ciudadanía activa en las decisiones del Estado y su comunidad, se plasmaría una adecuada gobernanza en el contexto subnacional.

Habermas (1999) sostiene que la comunicación política es importante en cualquier aspecto de un gobierno nacional, regional o local, por lo cual la acción comunicativa impacta en dos vertientes importantes en la política: a) Transformación del Estado y b) Entendimiento del ciudadano.

Respecto a la transformación del Estado, puntualiza que toda acción debe estar orientada a ejecutar acciones, instrumentos y planes que resuelvan las necesidades

básicas de la población, por lo que emplear los medios de comunicación, garantiza adecuadamente el control de la sociedad respecto al uso de los bienes público.

De la misma manera respecto al entendimiento del ciudadano, refiere que la participación ciudadana es base como derecho y deber, pues el ciudadano es el principal fiscalizador de las políticas públicas que se realizan, y toda interacción que ejecuta tienen que velar por el bien común de su localidad. En conclusión, la comunicación política une a los dos actores fundamentales de la democracia, por ello las direcciones estrategias por parte de las autoridades políticas son validas cuando maximizan los niveles de eficiencia, transparencia y mejoramiento de la calidad de vida social.

A partir de ello se puede detallar que la comunicación política a través de los medios de comunicación puede ejercer una interacción social de la ciudadanía con el gobernante, pues permite que se definan situaciones respecto a un desarrollo local, coordinar acciones por parte de un municipio y a partir de ello sostener a una gestión pública enfocada en resultados y transparencia en materia del empleo de recursos estatales.

La credibilidad de los medios de comunicación en la sociedad actualmente se ve afectada por los procesos antiéticos que se desarrollan en la política en general, lo cual una correcta gestión de la comunicación puede generar un aspecto modificado en la forma de pensar y actuar del ciudadano, generando una legitimidad social que carecen las autoridades políticas y fomentando la claridad en la administración pública.

## **El efecto de los medios de comunicación en la opinión pública**

La necesidad de emplear adecuados medios de comunicación en la gestión de cualquier ente gubernamental es significativa, ya que de ello depende tener una opinión favorable o desfavorable de la administración del desarrollo social.

Existen nuevos recursos de comunicación en la actualidad que muchos pobladores padecen en este contexto de la COVID-19, como el acceso a las redes sociales, a los medios masivos como la televisión y la radio, específicamente en las zonas rurales del Perú, por ello el implemento de nuevas formas de llegar al ciudadano para informarles sobre la gestión pública que se realiza, traería múltiples beneficios como un alto nivel de participación ciudadana en el presupuesto participativo, así mismo se tendría un mejor control sobre los actos y ejecución de los recursos estatales, un adecuado consenso para formular políticas públicas, lo cual su efecto de estas herramientas ayudan a fomentar una adecuada gobernanza local.

Según Aparicio (2004) toda sociedad informada genera una buena convivencia con sus representantes políticos, lo cual las caracteriza como desarrolladas respecto al buen funcionamiento del aparato administrativo como el mejoramiento de su calidad de vida como poblador, por ello la conformación de la opinión pública es menester y responsabilidad de los gobiernos estatales, ya que los medios de comunicación ayudan a generar contribuciones sociales así como debilidades que padece una autoridad política.

En ese sentido el efecto de los medios de comunicación es significativo, ya que, gracias a su nivel de trasmisión de mensajes, se puede tener una sociedad

informada como también manipulada, por ello un debido manejo e implemento de éstos mismos trae consigo múltiples beneficios sociales.

Por otro lado, Califano (2015) determina que los medios de comunicación ejercen un papel fundamental en la opinión pública, pues muestran la realidad existente que pasa en una localidad, ya que forman parte de nuestra vida diaria y no son de difícil acceso, no obstante, en un país descentralizado como el peruano, existen brechas que siguen abiertas respecto a la tecnología y diferentes medios aún que los ciudadanos no tienen acceso respectivo.

Se puede detallar entonces que los ciudadanos forman su percepción respecto a la información que brindan los medios de comunicación, por lo que construyen la realidad social y permiten que los ciudadanos tengan conocimiento de lo que sucede en su entorno correspondientemente.

Fishman (1983) refiere a lo descrito que el proceso de construcción de idea y de pensamientos sobre una gestión que se realiza, se debe en gran parte a las noticias o información que brindan los medios de comunicación locales, así mismo los que emplea la misma institución para reflejar el trabajo diario que realizan, en ese sentido se realiza el proceso de interrelación entre el ciudadano con el gobernante.

De este modo, los medios de comunicación forman parte del quehacer diario tanto de las personas como de las instituciones, sin embargo, durante la pandemia COVID-19, la tecnología ha tomado un lugar importante en la administración pública, pues un estado cibernético esta que se institucionaliza en el tiempo, empero la sociedad sigue aún sin las herramientas adecuadas para entablar un adecuado proceso democrático.

## **La formación de la opinión pública**

La percepción y opinión de los pobladores no surgen repentinamente, al contrario, son un producto de varios procesos de información captada en diversos medios masivo o tecnológico, se trata pues, de un desarrollo donde intervienen múltiples causales para analizar la concepción que tiene un ciudadano de una gestión que se realiza y lo importante, desde donde se informó para expresar su opinión pública.

¿ Cómo se forman las opiniones sociales sobre una gestión administrativa?, Rubio (2009) determina que existen muchas formas para establecer una opinión por parte de los ciudadanos, una de ellas es por el trabajo de campo que supervisan en el contexto donde se desarrollan obras y servicios, y la otra es por los medios de información que se emplean en la institución, por lo que la opiniones de los ciudadanos están a la deriva de depender de los medios y herramientas tecnológicas para generar su percepción

Por otro lado, Lippmann (2013) sostiene que la percepción positiva o negativa respecto al ofrecimiento de un bien o servicio por parte de una entidad gubernamental proviene de la calidad de información recepcionada, por tanto, se debe emplear buenos medios de comunicación para declarar lo sucedido en una administración.

Se puede determinar que cualquier medio de comunicación es fuente de importante mensajería, lo cual forman parte de nuestra vida y modifican el pensamiento del ser humano, ya que son una construcción social y tratan de elaborar imágenes, pensamientos, ideas sobre una realidad presente, además de ser influencia

para toda la sociedad en general.

En efecto, la problemática que pasan muchas municipalidades es que no emplean los medios adecuados de información para detallar la gestión que vienen realizando, generando malestar en la población opinando que la máxima autoridad no genera cambios ni valor público en la sociedad, por ello el empleo de una agenda pública es fundamental.

### **La agenda pública**

Toda entidad gubernamental debe poseer una agenda pública para detallar los informes que realiza durante la gestión que realiza, por ello según Tamayo y Carillo (2015) la formación de este documento debe estar asesorado y realizado por profesionales de la ciencia política como de la comunicación, lo cual los requisitos fundamentales que deben de tener son:

- La experiencia profesional.
- Nivel educativo de cultura política.
- Orientación a los medios de comunicación.
- El grado de conocimiento respecto a la realidad que se vive y evidencia.

En ese sentido la formación del profesional que construye la agenda pública de su autoridad máxima, encuadra los procesos de selección de información que se presentará a la población, así como a los medios donde éste se presentará, pues todo induce a ser de materia pública.

De la misma manera la agenda pública sirve para desarrollar, expresar y proponer los temas importantes que padece la sociedad, pues a plena evaluación se

convertirían en políticas públicas, por ello la relevancia de este documento genera importancia respecto a la resolución de necesidades sociales, además de entablar una adecuada relación entre el gobernante y gobernado.

En ese marco de ideas, todo municipio debe formular una agenda pública local, que mejore y priorice la situación que padece la población, además transformaría la buena relación y percepción de la ciudadanía frente a los actos que realiza la entidad municipal, así como nuevas formas de ejercer la participación ciudadana en el contexto de la construcción de políticas públicas.

En palabras de Verillas (2012) estableció dos tipos de gobiernos los democráticos y no democráticos, este último en el que se disponen dos patrones de relación con los medios de comunicación como son el enfrentamiento y sometimiento, con los cuales se puede sostener la opinión pública de la ciudadanía. Asu vez manifiesta que no es posible hacer política sin el uso de los diferentes medios de comunicación y el proceso de comunicación pues a través de estos se puede conocer y tomar una postura acorde a las decisiones políticas que se han adoptado en un pueblo, es por esta razón que se considera muchas veces a los periodistas como aquellos que pueden transformar la verdad tradicional en la verdad de las masas, debido a la función política que cumplen hacia la opinión pública.

Por otro lado, Asencio (2008) determina que la imagen corporativa a nivel municipal es aquella que perciben los ciudadanos en base a los beneficios y cualidades que reciben por parte de sus gobiernos locales, a ellos se suma la representatividad que el alcalde demuestre en su jurisdicción generando así una

imagen en esencia y lo que pretende proyectar a través de los medios de comunicación.

A continuación, daremos a conocer la influencia que representa una noticia de la imagen corporativa de una comuna local desde la percepción que presenta la ciudadanía, para analizar la percepción que presenta cada ciudadano en relación a la imagen del municipio abordaremos cuatro factores: el liderazgo que presente la autoridad edil, la satisfacción de necesidades de la población del distrito, los servicios básicos (calidad), y el desarrollo de la gestión municipal.

La percepción que forma el ciudadano en relación a la imagen corporativa de un municipio se construye como parte de la construcción mental que tiene la persona sobre los beneficios que perciben a través de los diferentes medios ya sea radial, escrito o televisivo de los servicios brindados a la ciudadanía por parte de su entidad, al igual que las exigencias que se realizan a la gestión y a la autoridad edil en el cumplimiento de sus funciones. Cabe indicar que estas percepciones comprenden un conjunto de dimensiones las cuales están subdivididas en lucha contra la corrupción, satisfacción de necesidades, seguridad ciudadana, desarrollo social, satisfacción de necesidades, ente otros.

Por otro lado, hemos considerado tres factores que injieren en la imagen que tiene la ciudadanía sobre el corporativo municipal a través de los medios de comunicación mediante sus diferentes plataformas (radio, televisión, medio escrito o digital):

El primer factor es aquel que está vinculado a los operadores políticos es decir a los intereses que representan, un claro ejemplo son los regidores de oposición

quienes en su mayoría destacan información negativa de la gestión municipal, asimismo representantes de organizaciones sociales quienes se caracterizan por velar por sus interés y beneficios personales, incluso de organizaciones que muchas veces sus directivas no están en funcionamiento o ya no existen. Los líderes políticos aducen que este primer factor se debe a la falta de conexión o relación entre autoridades y población en general.

A pesar de lo evidenciado, se sabe que el 75,52 % de los lectores no tienen actualmente una buena imagen de los gobiernos municipales a pesar de la información que se difunde a través de los medios, a su vez se ha evidenciado que los ciudadanos no tienen iniciativa de involucramiento para mejorar esta perspectiva, eso debido a dos motivos, la falta de capacitación e información y la falta de instrumentos y estrategias que les permita una mejor relación entre gobernantes y gobernado.

En el (2011) Campillo sostiene que los medios de comunicación son aquellos que se encargan de crear la realidad social y política municipal acorde al proceso de difusión de información, la selección, jerarquización y el tratamiento de la información, con lo señalado podemos decir que los lectores y líderes de opinión forman parte de la Teoría de Agenda Setting:

Martínez, Gonzales y Miranda (2015) refieren que:

Los medios permiten a los lectores, enterarse de aquello que no pueden apreciar directamente, es decir contribuyen a que se formen percepciones con respecto a determinados temas e incluso que establezcan un orden de prioridad. Aun cuando los lectores sean

críticos, no les será fácil reflexionar, discutir o analizar aquellos asuntos omitidos por los medios como lo plantean. Este es el primer impacto, el impacto cognitivo de la Agenda Setting. (p.21)

Ahora, abordamos el impacto al otorgamiento de atributos o también conocido como segundo nivel de impacto que tiene la ciudadanía en relación a la percepción sobre su autoridad, ya que consideran que su burgomaestre no es un líder para su comunidad y menos una persona honesta que trabaje en beneficio de los mismos. En segundo lugar, tenemos la percepción que se tiene en base a la satisfacción de necesidades y servicios brindados que se visibilizan a través de las noticias, así como la percepción y exigencias planteadas de la imagen corporativa de un municipio, en la cual se muestra la creación de juicios con relación a las acciones y desarrollo de funciones de los administradores públicos y políticos cumpliéndose así el segundo nivel, el impacto actitudinal de la Agenda Setting.

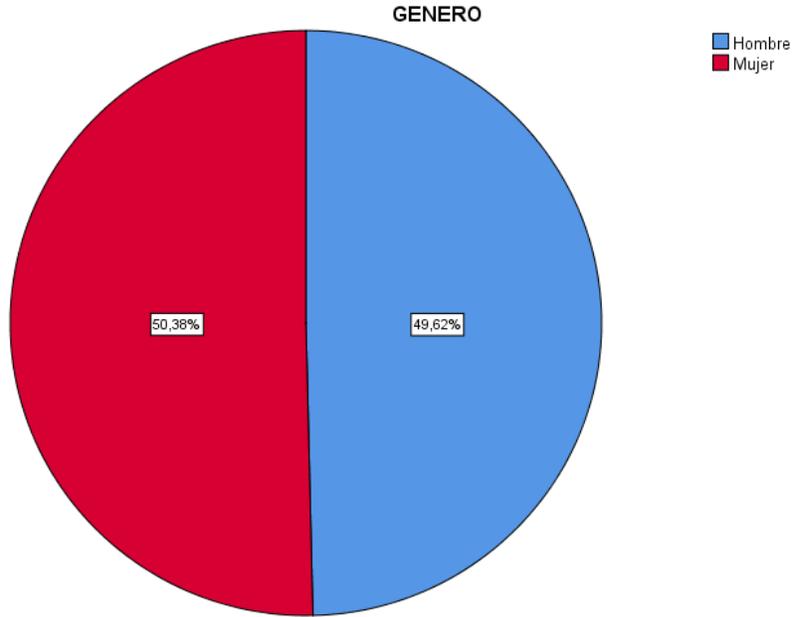
El impacto de la influencia de las noticias en la percepción que el ciudadano tiene sobre la imagen corporativa de la municipalidad en estudio, guarda relación con la postura de Trelles, quien define a los medios como los encargados de la construcción de la realidad social, en la que se acentúa los errores comunicativos de gestión que presentan las entidades.

### CAPITULO III. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

**Tabla 1**

*Sexo del encuestado*

SEXO	N	Porcentaje
Hombre	131	49,6%
Mujer	133	50,4%
Total	264	100.00%

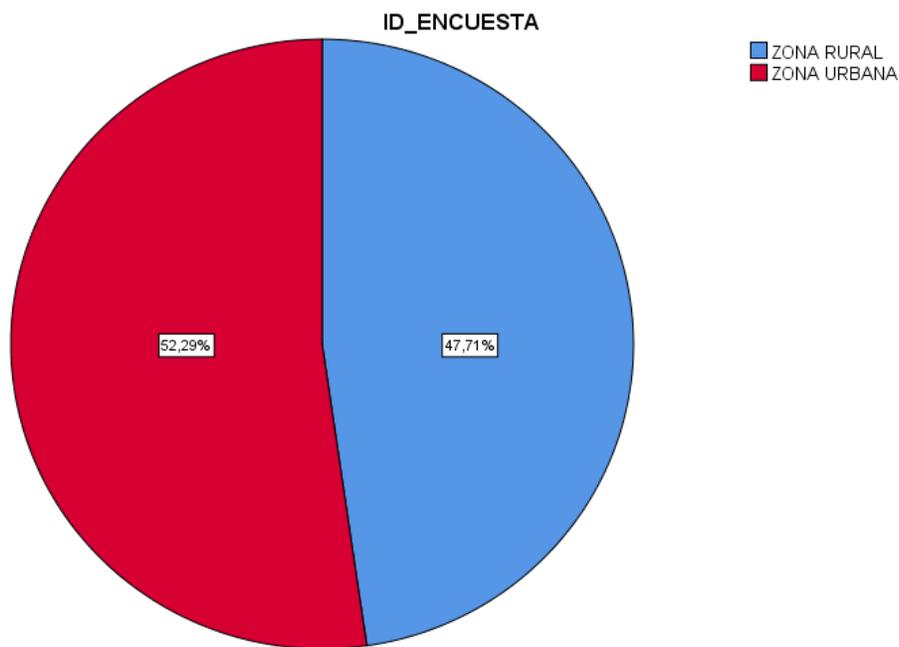


**Interpretación:** En la tabla N° 1 y gráfico N° 1, se detalla que de los encuestados el 50,4 % son del sexo femenino y el 49,6 % fueron del sexo masculino, lo que indica que la autora tuvo criterios de generar una igualdad respecto a la emisión la opinión del encuestado.

**Tabla 2**

*Zona de residencia del encuestado*

ZONA DE RESIDENCIA	N	Porcentaje
Rural	126	47,7%
Urbano	138	52,3%
Total	264	100.00%

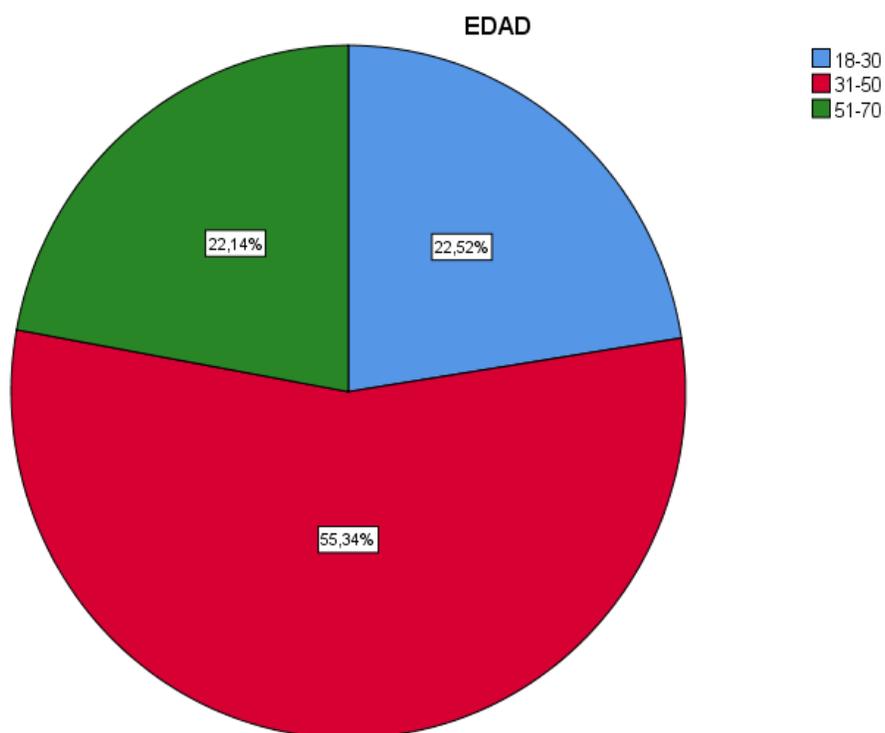


**Interpretación:** En la tabla N° 2 y gráfico N° 2, se detalla que de los encuestados el 52,3 % conviven en la zona urbana y el 47,7 % en la zona rural, lo que indica que la autora tuvo criterios de generar una igualdad respecto a la zona donde se desarrolló el instrumento de investigación.

**Tabla 3**

*Edad del encuestado*

EDAD	N	Porcentaje
18-30 años	69	22,5%
31-50 años	146	55,4%
51-70 años	49	22,1 %
Total	264	100.00%

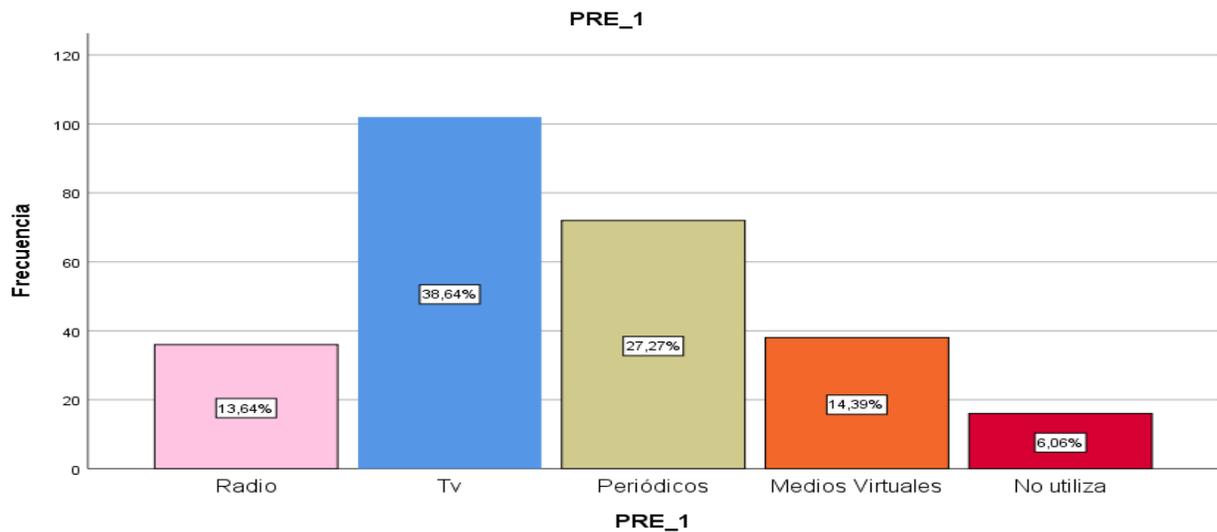


**Interpretación:** En la tabla N° 3 y gráfico N° 3, se detalla que de los encuestados el 52,5 % tuvieron una edad promedio de 31-50 años, el 22,5 % una edad entre 18-30 años y finalmente el 22,1 % una edad entre los 51-70 años correspondientemente.

**Tabla 4**

*¿Qué medio de comunicación emplea en mayor medida para informarse sobre la gestión administrativa de su municipalidad?*

ITEM 1	N	Porcentaje
Radio	36	13,6%
TV	102	38,6%
Periódicos	72	27,3%
Medios Virtuales	38	14,4%
No utiliza	16	6,1%
Total	264	100.00%

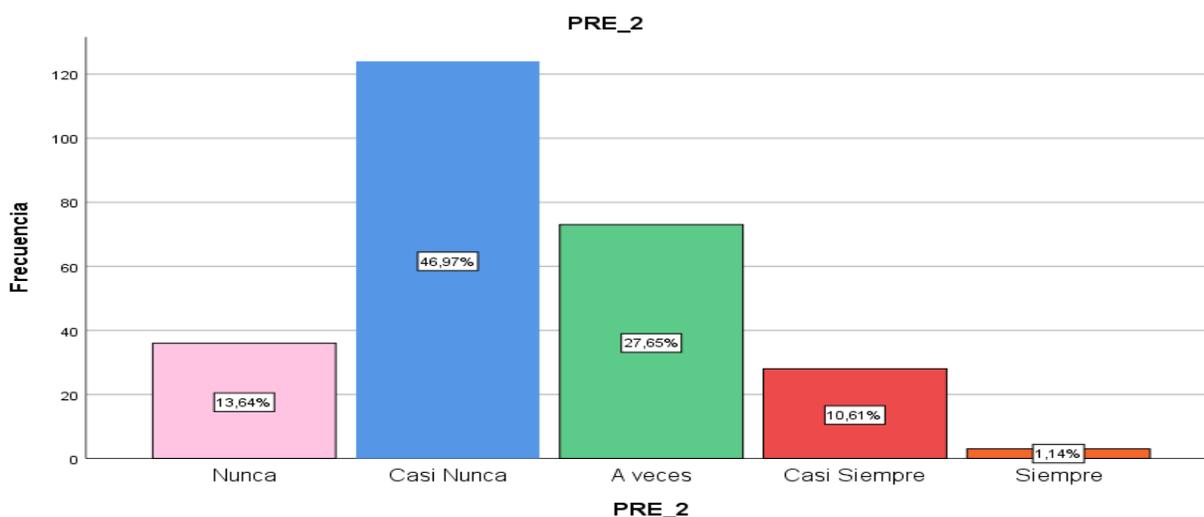


**Interpretación:** En la tabla N° 4 y gráfico N° 4, se detalla que de los encuestados el 38,6% emplea en mayor uso la televisión como medio de comunicación, el 27,3% utiliza los periódicos, el 14,4% los medios virtuales, el 13,6% la radio y por último un 6,1 % no utiliza. Lo que se concluye que la mayoría de los ciudadanos utilizan los medios visuales para informarse sobre la gestión administrativa de su municipalidad, así mismo en un porcentaje menor existe un considerable porcentaje de ciudadanos que se mantienen comunicados.

**Tabla 5**

*¿En qué medida emplea medios virtuales (portales web, páginas web, etc.) para informarse sobre la gestión administrativa de su municipalidad?*

ITEM 2	N	Porcentaje
Nunca	36	13,6%
Casi Nunca	124	47,0%
A veces	73	27,7%
Casi Siempre	28	10,6%
Siempre	3	1,1%
Total	264	100.00%

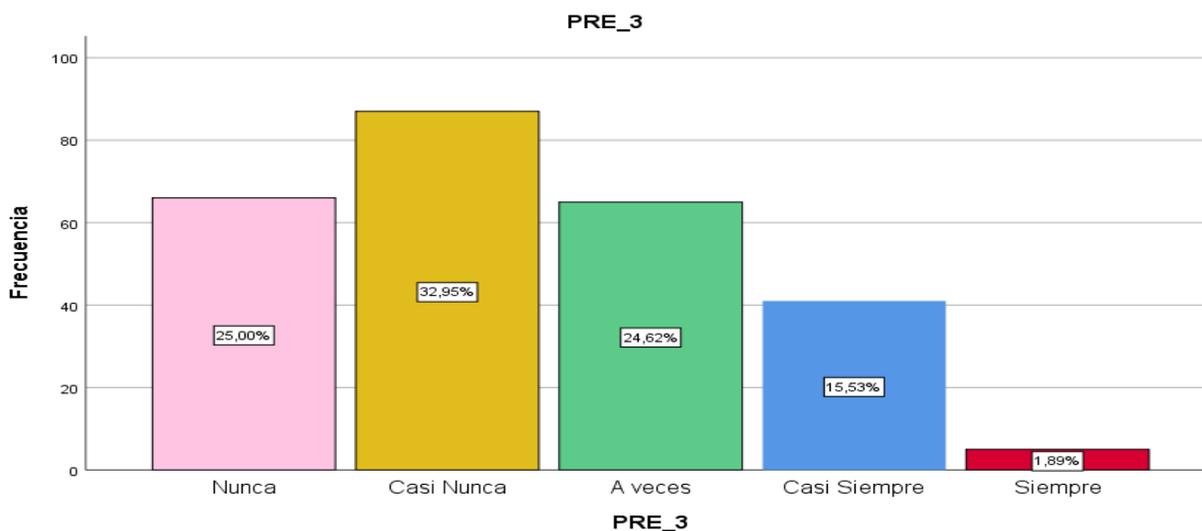


**Interpretación:** En la tabla N° 5 y gráfico N° 5, se detalla que de los encuestados el 47 % casi nunca emplea el portal web para estar informados de la gestión municipal del alcalde, el 27,7 % considera que a veces lo emplea y el 13,6 % casi nunca, lo que significa que gran porcentaje de los encuestados, sobre todo de las zonas rurales, no acceden a los medios tecnológicos de información que desarrolla la entidad local, generando problemas de buena relación sociopolítica.

**Tabla 6**

*¿En qué medida emplea las redes sociales para informarse sobre la gestión administrativa de su municipalidad?*

ITEM 3	N	Porcentaje
Nunca	66	25,0%
Casi Nunca	87	33,0%
A veces	65	24,6%
Casi Siempre	41	15,5%
Siempre	5	1,9%
Total	264	100.00%

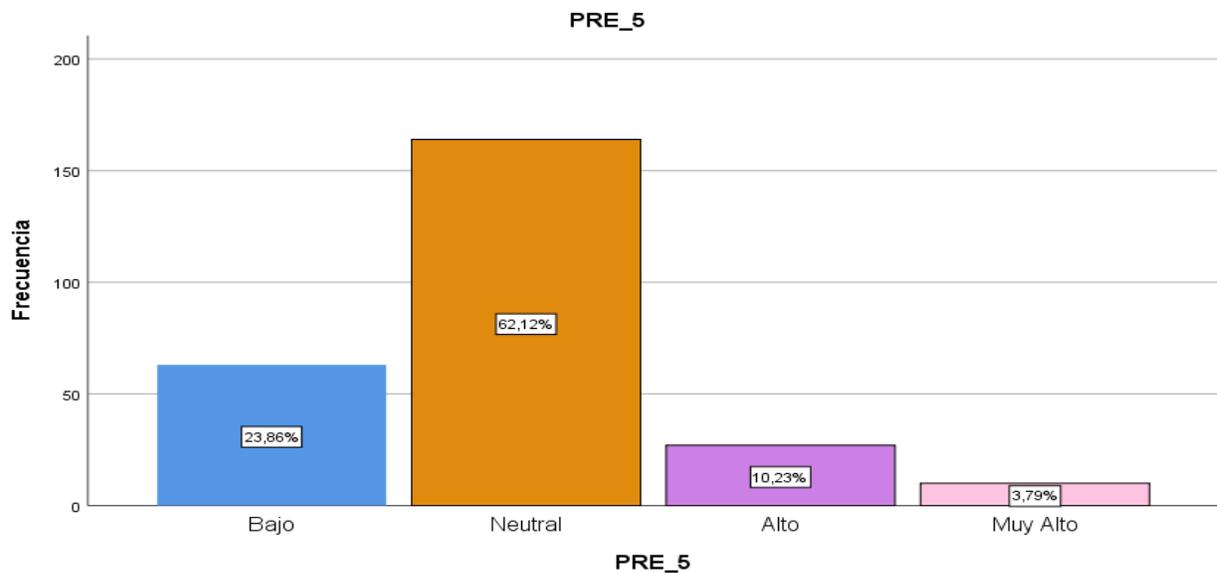


**Interpretación:** En la tabla N° 6 y gráfico N° 6, se detalla que de los encuestados el 33 % casi nunca emplean las redes sociales de la Municipalidad local para informarse de su gestión y eventos programados, el 25% consideran que nunca y un 24,6 % a veces, lo que significa que gran porcentaje de los encuestados no recibe la información emitida por redes sociales, lo que se considera que debe ejercerse acciones inmediatas, más aún en este panorama virtual de la gestión pública.

**Tabla 7**

*¿Cuál es su interés para informarse sobre la gestión administrativa de su municipalidad*

ITEM 5	N	Porcentaje
Bajo	63	29,3%
Neutral	164	62,1%
Alto	27	10,2%
Muy Alto	10	3,8%
Total	264	100.00%

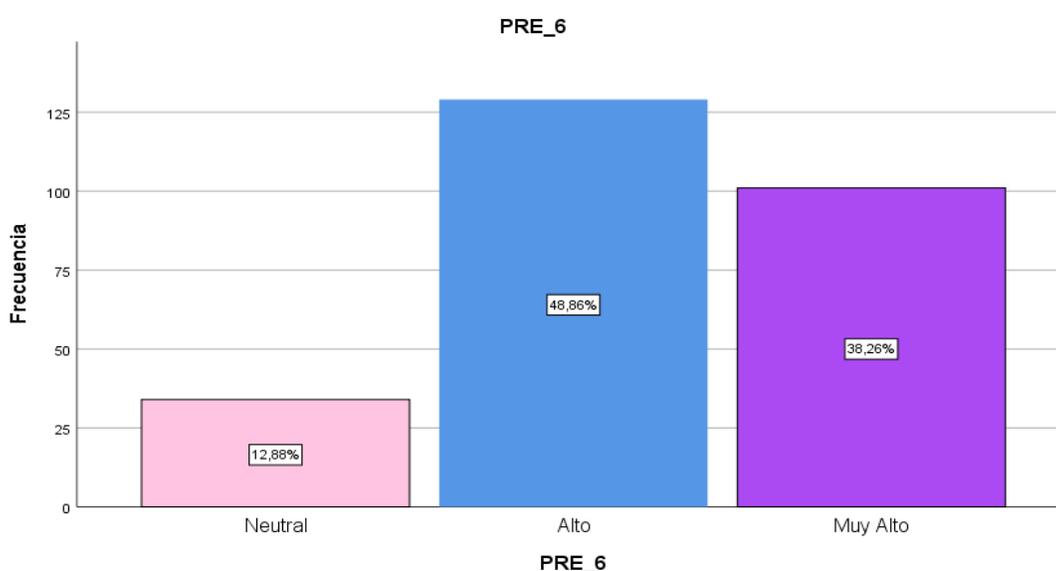


**Interpretación:** En la tabla N° 7 y gráfico N°7, se detalla que de los encuestados el 62,1 % tiene una posición neutral respecto a la consulta de su interés de informarse sobre los eventos y la gestión de la entidad local, el 23,8 % tiene una posición baja y un 10,3 % define que tiene un nivel alto, lo que se determina que el interés del ciudadano influye también en querer informarse por la situación de su entidad municipal, así mismo gran parte incide por el uso y obtención de medios de comunicación.

**Tabla 8**

*¿En qué nivel se encuentra el desarrollo de la publicidad de los eventos y gestión administrativa de la entidad municipal?*

ITEM 6	N	Porcentaje
Neutral	34	12,9%
Alto	129	48,9%
Muy Alto	101	38,3%
Total	264	100.00%

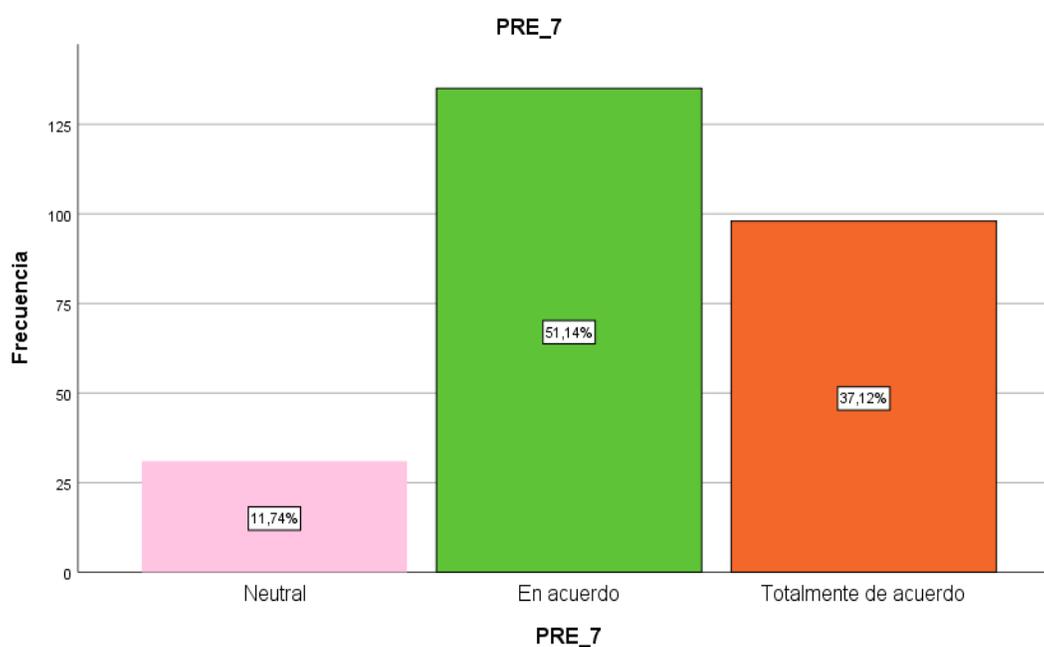


**Interpretación:** En la tabla N° 8 y gráfico N° 8, se detalla que de los encuestados el 48,9 % tiene una consideración de alto respecto al inadecuado desarrollo de la publicidad de los eventos y gestión administrativa de la entidad local, el 38,3 % tiene una posición de muy alto y un 12,9 % neutral, lo que se define que los ciudadanos exigen emplear adecuados medios de comunicación que esté al alcance del ciudadano para llegar a informarse de los sucesos que suceden en la Municipalidad local.

**Tabla 9**

*¿Cuál es nivel de alcance de cobertura y publicidad de la municipalidad local para informarse sobre la gestión local?*

ITEM 7	N	Porcentaje
Neutral	31	11,7%
En acuerdo	135	51,1%
Totalmente de acuerdo	98	37,1%
Total	264	100.00%

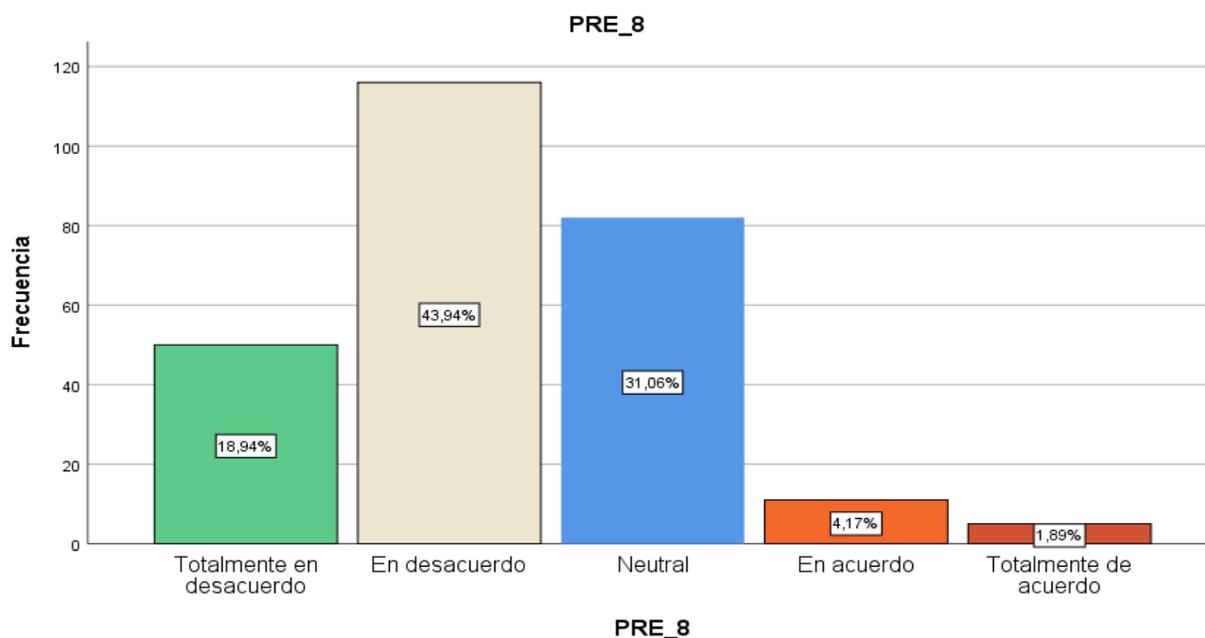


**Interpretación:** En la tabla N°9 y gráfico N°9, se detalla que de los encuestados el 51,1 % están en acuerdo que no existe un adecuado nivel de alcance de cobertura y publicidad de la municipalidad local para informarse sobre la gestión local, el 37,1 % está totalmente de acuerdo y un 11,7 % tiene una posición neutral, lo que se define que los ciudadanos piden que se empleen medidas y estrategias para que la información de lo que realiza su municipalidad llegue a ellos.

**Tabla 10**

*¿Está de acuerdo con el empleo de los medios de comunicación por parte de la entidad local?*

ITEM 8	N	Porcentaje
Totalmente en Desacuerdo	50	18,9%
En desacuerdo	116	43,9%
Neutral	82	31,1%
En acuerdo	11	4,2 %
Totalmente de acuerdo	5	1,9 %
Total	264	100.00%

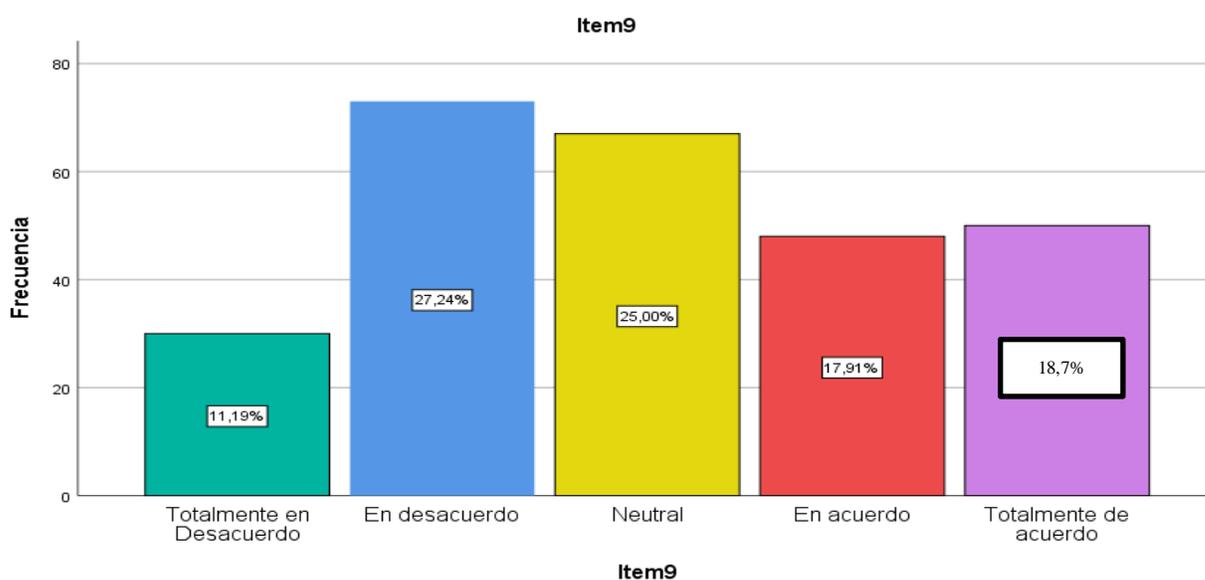


**Interpretación:** En la tabla N° 10 y gráfico N° 10, se detalla que de los encuestados el 43,9 % están en desacuerdo respecto al empleo de los medios de comunicación por parte de la entidad local, el 31,1 % tiene una posición neutral y un 18,9 % está totalmente en desacuerdo, lo que se define que la entidad municipal debe crear estrategias de comunicación política para llegar a una adecuada gobernanza en el distrito de Íllimo.

**Tabla 11**

*¿Considera que se debe emplear nuevos medios de comunicación por parte de la entidad para informar a la sociedad?*

ITEM 9	N	Porcentaje
Totalmente en Desacuerdo	53	11,2%
En desacuerdo	114	27,2%
Neutral	80	25,0%
En acuerdo	15	17,9%
Totalmente de acuerdo	2	18,7%
Total	264	100.00%

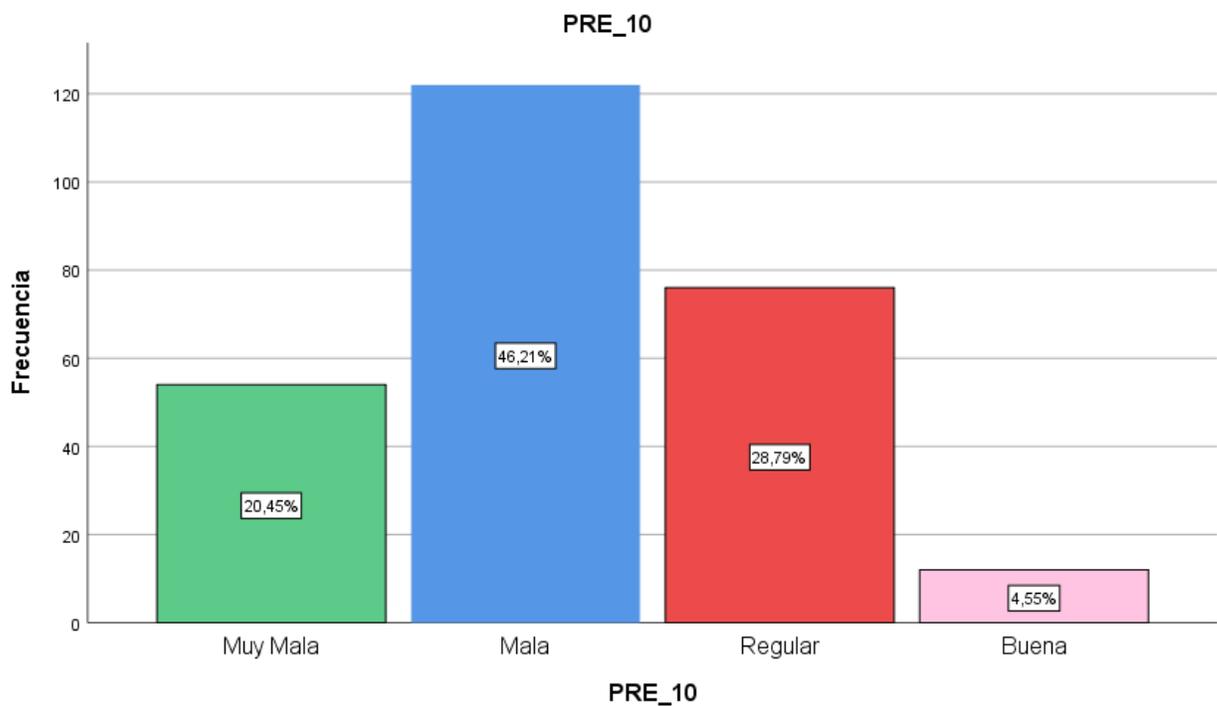


**Interpretación:** En la tabla N° 11 y gráfico N° 11, se detalla que de los encuestados el 27,2 % están en desacuerdo respecto a nuevas formas de emplear los medios de comunicación por parte de la entidad municipal, el 25% tiene una posición neutral y un 18,7 % tiene una consideración de totalmente de acuerdo, lo que detalla que hay posiciones y opiniones subdivididas respecto al criterio que tiene el ciudadano en relación si la entidad ha ejercido nuevas formas de comunicar al ciudadano con su gobernante.

**Tabla 12**

*¿Cómo es la comunicación política en el distrito de Íllimo?*

ITEM 10	N	Porcentaje
Muy Mala	54	20,5%
Mala	122	46,2%
Regular	76	28,8%
Buena	12	4,5%
Total	264	100.00%



**Interpretación:** En la tabla N° 13 y gráfico N° 13, se detalla que de los encuestados el 46,2 % considera que existe una mala comunicación política en su localidad, el 28,8 % considera que es regular y un 20,5 % que es muy mala, lo que detalla que no existe una adecuada comunicación entre gobernantes y gobernados, por lo que todos los resultados concuerdan en los objetivos de la investigadora.

## **Aporte científico**

### **IV. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA PARA MEJORAR LA GESTIÓN MUNICIPAL EN EL DISTRITO DE ÍLLIMO.**

#### **3.3.1. Fundamentación teórica**

En la coyuntura actual, se ha corroborado que gran parte de las autoridades políticas tienen una preocupación significativa respecto a la imagen que transmiten hacia el ciudadano, puesto que ellos son los que califican que tanta confianza tienen o valoran de la gestión que realiza su representante, en ese sentido son diversos indicadores que detalla que se necesita una mejor conexión entre el gobernante y gobernado en el distrito de Íllimo, provincia de Lambayeque.

La investigadora, ha creído conveniente elaborar un conjunto de estrategias de comunicación política para mejorar la conectividad del alcalde con la ciudadanía, específicamente en las zonas rurales donde se evidencia una falta de confianza y legitimidad social, por lo que es importante que se practiquen como fundamentación de mejora institucional.

Hay que tener en claro, que los principales beneficiarios de la presente investigación y aporte científico son los ciudadanos, ya que van a tener en cuenta que acciones realizar para enterarse de lo que sucede en su entidad municipal, como también a los mismos gobernantes, pues al aplicar las acciones propuestas van a mejorar la imagen corporativa como una confianza adecuada con las personas que se sienten olvidadas.

La presente propuesta, se centra en los aspectos por mejorar en relación a la legitimidad del gobierno local.

### **3.3.2. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA**

Diseñar talleres de capacitaciones para los funcionarios públicos de la municipalidad distrital de Íllimo, con la finalidad de mejorar la comunicación política en las áreas administrativas de la entidad.

#### **3.3.2.1 OBJETIVO ESPECÍFICO 1: Taller 1**

Proponer el taller N° 1 basado en actividades para fortalecer la imagen pública de la municipalidad distrital de Íllimo.

##### **Actividades**

- Búsqueda de entidades profesionales donde se desarrolle el marketing político, comunicación gubernamental o dirección de empresas para realizar capacitaciones a los recursos humanos de la entidad en estudio.
- Seleccionar las áreas administrativas donde el personal tiene una desaprobación social para que conformen el material humano a capacitar por los profesionales contratados.
- Convocar el proceso de selección pública.
- Llevar a cabo la capacitación en las instalaciones de la entidad municipal.
- Detallar los criterios negativos que padecen las áreas donde el ciudadano no tiene una buena percepción a fin de reforzar lo descrito.

### **3.3.2.1 OBJETIVO ESPECÍFICO 2: Taller 2**

Proponer el taller N°2 basado en actividades dirigidas al área de imagen institucional de la municipalidad distrital de Íllimo, con la finalidad de que asuma el compromiso y la motivación hacia el cambio, obteniendo resultados resaltantes en el tema organizacional y social.

#### **Actividades**

- Desarrollar un programa de capacitaciones sobre comunicación organizacional con la finalidad de asumir nuevas funciones en el área de estudio.
- Desarrollar un programa de publicidad política con la finalidad de que el personal del área de imagen institucional adquiera nuevas habilidades creativas a fin de lograr un impacto en la comunicación de las actividades que transmiten en los medios que emplean.
- Recomendar a las autoridades locales dotar de equipos tecnológicos y logísticos adecuados para desarrollar las actividades planteadas en los talleres.
- Desarrollar un plan de prensa derivado por el área de imagen institucional previa corrección del equipo profesional que ganó la convocatoria de selección pública.
- Gestionar la entrega de medios comunicacionales a la población rural que padece de desconexión entre la autoridad política y su sector correspondiente.

### Taller 1

SESIONES	TEMAS	N° DE HORAS
<b>Habilidades blandas</b>		
Logro: Los administrativos conocerán la importancia de su aporte hacia la imagen pública que transmiten a la ciudadanía.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conceptualización de las habilidades blandas</li><li>• Presentación del trabajador hacia la ciudadanía</li><li>• La paciencia del trabajador</li><li>• Importancia de las relaciones interpersonales</li></ul>	100 horas
<b>Estrategia 2</b>		
Logro: El administrativo desarrolla lo aprendido en el taller de habilidades blandas	<b>Situaciones conflictivas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• ¿Cómo revertir la percepción negativa del ciudadano?</li><li>• Empatía, confianza y legitimidad social.</li><li>• Resolución de problemas</li><li>• Práctica</li></ul>	100 horas

Fuente: Elaboración Propia.

## **ESTRATEGIAS**

<b>SESIONES</b>	<b>TEMAS</b>	<b>N° DE HORAS</b>
<b>Estrategias 1</b>	<b>Introducción a la comunicación política</b>	
Brindar capacitaciones a los responsables del área de imagen institucional de la entidad en estudio.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conceptualización de la comunicación organizacional</li><li>• Publicidad política (radio, tv comunal, perifoneo, redes sociales)</li><li>• Plan de prensa (boletines informativos, reportajes, columnas, entrevistas)</li><li>• Plan de community manager</li><li>• Liderazgo</li></ul>	400 horas

Fuente: Elaboración Propia.

## Cronograma de los talleres

Actividad	Entidad	Lugar	N° de trabs.	Duración	Costo Total	2021																	
						S/.	E	F	M	Ab	Ma	Ju	Jul	A	S	O	N	Di					
<b>Habilidades blandas</b>	IPAE	Chiclayo	100	100 h	S/. 1,000.00																		
<b>Situaciones conflictivas</b>	UNPRG	Lambayeque	100	100 h	S/. 1,000.00																		
<b>Introducción a la comunicación política</b>	UNPRG	Lambayeque	20	350 h	S/. 1,500.00																		
<b>Liderazgo</b>	IPAE	Chiclayo	50	50 h	S/. 1,000.00																		
					<b>S/. 4,500.00</b>																		

## **CAPÍTULO V: DISCUSIÓN Y CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS**

A partir de la obtención de los resultados ya descritos en el capítulo preliminar precedente, la investigadora ha considerado aceptar y comprobar la hipótesis planteada, la cual determina que: El diseño de Estrategias de Comunicación Política mejoraría significativamente la Gestión Municipal en el Distrito de Íllimo, 2021.

Para contrastar lo referenciado, en base al primer objetivo específico: Examinar cuales son los Medios de Comunicación que emplea la Municipalidad Distrital de Íllimo para informar el desarrollo de la Gestión Municipal, 2021, se determina que el 38,6% emplea en mayor uso la televisión como medio de comunicación, el 27,3% utiliza los periódicos, el 14,4% los medios virtuales, el 13,6% la radio y por último un 6,1 % no utiliza.

Estos resultados se cohesionan o relacionan con el estudio de Prieto (2015) quien concluye que uno de los principales instrumentos comunicacionales que incide en el voto popular es el YouTube y la televisión, el cual garantiza e impacta en el comportamiento electoral, de la misma manera cuando el partido ganador llega a ser gobierno, utiliza este medio para dar a conocer a la población el trabajo que se está realizando desde una entidad local.

Respecto al desarrollo del segundo objetivo específico: Determinar la percepción Social de los pobladores de zonas rurales y urbanas sobre la información que reciben a diario de la Gestión Municipal del distrito de Íllimo, 2021., se determinó que un 62,1 % tiene una posición neutral respecto a la consulta de su interés por el interés de informarse sobre los eventos y la gestión de la entidad local, el 29,3 % tiene una posición baja y un 10,3 % define que tiene un nivel alto, lo que se determina que el interés del ciudadano influye también en querer informarse por la situación de su entidad municipal.

Estos resultados se cohesionan o relacionan con el estudio de Rodríguez (2019) quien concluye que existe una desconexión entre la Municipalidad en estudio y los ciudadanos del distrito de Pacasmayo, debido a que no se realiza una buena comunicación por la poca efectividad de las políticas comunicacionales, las cuales se caracterizan por ser manejadas tradicionalmente, sin una innovación tecnológica que se requiere.

Respecto al desarrollo del tercer objetivo específico: Evaluar la efectividad de la Comunicación Política desarrollada en la Municipalidad distrital de Íllimo respecto a la promoción de la imagen de la Gestión Edil, 2021, se determinó que el 46,2 % considera que existe una mala comunicación política en su localidad, el 28,8 % considera que es regular y un 20,5 % que es muy mala, lo que detalla que no existe una adecuada comunicación entre gobernantes y gobernados, por lo que todos los resultados concuerdan en los objetivos de la investigadora.

Estos resultados guardan una relación significativa con el trabajo de Aguirre, Calderón, & Tineo (2018) quienes concluyeron que se requiere estudiar la incidencia que tiene la comunicación política en los aspectos de la vida del ciudadano, en ese sentido se comienza con verificar si el gobernante tiene una relación significativa con el pueblo, si tiene un impacto en las acciones que realiza o toma en cuenta las opiniones de los pobladores para la resolución de demandas sociales.

Finalmente, en base al desarrollo del tercer objetivo específico: se detalla que no existe una cohesión entre representantes y representados.

## CONCLUSIONES

- 1) Respecto a la conclusión general, los diseños de estrategias de Comunicación Política mejoran la Gestión Municipal en el distrito de Íllimo, ya que condiciona a relacionar al gobernante con los representados, así mismo interactuar debidamente los informes a la población respecto a la gestión a desarrollar en el distrito de estudio.
- 2) Respecto al desarrollo del primer objetivo específico: se determina que el 38,6% emplea en mayor uso la televisión como medio de comunicación, el 27,3% utiliza los periódicos, el 14,4% los medios virtuales, el 13,6% la radio y por último un 6,1 % no utiliza, lo que se conlleva a deducir que los medios audiovisuales interfieren en el nivel de comunicación entre gobernantes y gobernados, lo cual se debería tener en cuenta como materia de análisis.
- 3) Se concluye en base al segundo objetivo específico: que un 62% tiene una posición neutral respecto a la consulta de su interés por el interés de informarse sobre los eventos y la gestión que realiza la autoridad política, el 29 % tiene una posición baja y un 10% define que tiene un nivel alto, lo que se deduce que existe una apatía respecto al apego de la política por parte del ciudadano.
- 4) Se concluye que no existe un plan o un conjunto de estrategias que ayude a las autoridades políticas a implementar el gobierno electrónico en su entidad, generando un mayor atraso en el tema de la virtualidad a nivel general.

## RECOMENDACIONES

- 1) Se recomienda por parte de la investigadora, aplicar las estrategias propuestas en la presente investigación, ya que, al resolver una trama latente dentro del aspecto de la comunicación política, se puede generar una mejor comunicación entre lo que desea saber el ciudadano y la transparencia de la ejecución de recursos estatales por parte de la autoridad política.
- 2) Se recomienda al área de imagen institucional de la municipalidad distrital de Íllimo, generar nuevos espacios y medios audiovisuales para transmitir los mensajes que desean comunicar a la sociedad, con la finalidad de mejorar la reciprocidad entre representante y representados.
- 3) Se recomienda aplicar los talleres descritos en la propuesta, para mejorar la representación social en el distrito de Íllimo, ya que existe una desconexión considerable al respecto.
- 4) Finalmente se recomienda difundir la presente investigación a fin de incidir en la mejora de la comunicación política en diferentes entes locales.

## REFERENCIAS

- Aguilar, P., & Alejo, A. (2016). Comunicación política y gestión municipal. *Espacios Públicos*, vol. 19, núm. 47, septiembre-diciembre, 2016, pp. 135-155. Recuperado a partir de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67650281006>.
- Aparicio, H. (2004). Medios de comunicación y opinión pública en la sociedad democrática. *Revista Venezolana de Ciencias Sociales*, vol. 8, núm. 2, julio-diciembre, 2004, pp. 322-333. Recuperado a partir de: <https://www.redalyc.org/pdf/309/30980210.pdf>.
- Asensio, P. (20212). *El libro de la Gestión Municipal: Claves del éxito para Políticos y Directivos Locales*. Ediciones Díaz de Santos.
- Bobbio, N. (1996). *El Filósofo y la Política*. FC.
- Califano, B. (2015). Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político. *Revista Mexicana de Opinión Pública Vol. 19.páginas 61-79 (Julio - Diciembre 2015)*. Recuperado a partir de: <https://www.elsevier.es/es-revista-revista-mexicana-opinion-publica-109-articulo-los-medios-comunicacion-noticias-su-S1870730015000046>.
- Carranza, L. (2020). Nuevas tecnologías, gobierno local y participación ciudadana: el caso de la Municipalidad de San Borja. *COMUNICACIÓN + DESARROLLO*. pp.84-90. .
- Fishman, M. (1983). *La fabricación de la noticia*. Buenos Aires: Ediciones Tres Tiempos.
- Habermas, J. (1999). *Teoría de la Acción Comunicativa*. Madrid: TAURUS.
- Lippmann, W. (2013). *La opinión pública*. Madrid: Langre.

- Rubio, J. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting. *Gazeta de antropología*, ISSN 0214-7564, ISSN-e 2340-2792, N°. 25, 1, 2009. Recuperado a partir de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2932947>.
- Sampieri, H., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación Científica*. . Mc Graw.
- Solá, R. (2013). "Innovación en el campo de la comunicación política". *Asociación de comunicación política, Hacia una profesionalización de la comunicación política en México, México, H. Recuperado a partir de: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67650281006* .
- Tamayo, M., & Carillo, E. (2015). La formación de la Agenda Pública. *Foro Internacional*, vol. XLV, núm. 4, octubre-diciembre, 2015, pp. 658-681. Recuperado a partir de: <https://www.redalyc.org/pdf/599/59911177004.pdf>.
- Tapia, R. (2013). "Perú: hacia una estrategia de comunicación de gobierno para fortalecer la democracia. *Primera Cumbre Mundial de Comunicación Política: cambios socioculturales del siglo XXI*.



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO  
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIA POLITICA  
UNIDAD DE INVESTIGACION



**ACTA DE SUSTENTACIÓN**

**A C T A DE SUSTENTACIÓN VIRTUAL N° 40-2022-UI-FDCP**

Sustentación para optar el Título de POLITÓLOGA de: **Josselyn Mercedes Jacinta Barba Santamaria.**

Siendo las 10:30 a.m. del día jueves 21 de julio del 2022 se reunieron vía Plataforma Virtual MEET de Google Suite de la Unidad de Investigación de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Nacional "Pedro Ruiz Gallo", los miembros del jurado evaluador de la tesis titulada: "**DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA PARA MEJORAR LA GESTIÓN MUNICIPAL EN EL DISTRITO DE ÍLLIMO, 2021**", designados por Decreto N° 102-2021-FDCP-VIRTUAL de fecha 26 de mayo del 2021, con la finalidad Evaluar y Calificar la sustentación de la tesis antes mencionada, por parte de los Señores Catedráticos:

**PRESIDENTE** : Abog. CARLOS MANUEL MARTINEZ OBLITAS.  
**SECRETARIO** : Mag. LEOPOLDO YZQUIERDO HERNÁNDEZ.  
**VOCAL** : Dr. GILMER ALARCON REQUEJO

La tesis fue asesorada por Mag. MARY ISABEL COLINA MORENO, nombrada por Decreto N°102-2021-FDCP-VIRTUAL de fecha 26 de mayo del 2021.

El acto de sustentación fue autorizado por Resolución N°179-2022-VIRTUAL-UI-FCP-UNPRG de fecha 18 de julio del 2022.

La tesis fue presentada y sustentada por la bachiller **Josselyn Mercedes Jacinta Barba Santamaria** y tuvo una duración de 30 minutos. Después de la sustentación y absueltas las preguntas y observaciones de los miembros del jurado; se procedió a la calificación respectiva, obteniendo el siguiente resultado: **APROBADA con la nota de 17.04 (Diecisiete y 00/04) en la escala vigesimal, mención de BUENO.**

**Por lo que queda APTA** para obtener el Título Profesional de **POLITÓLOGA**, de acuerdo con la Ley Universitaria 30220 y la normatividad vigente de la Facultad de Derecho y Ciencia Política, y la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

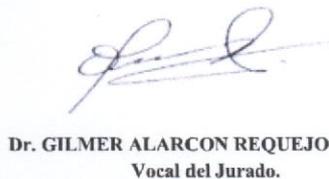
Siendo las 11:12 a.m., del mismo día, se da por concluido el acto académico suscribiendo los miembros del jurado el Acta; quedando registrado el video en el link:

[https://drive.google.com/file/d/1yaLzO3ScrmrD9e3Ui\\_gNmCNU8JnUk\\_XC/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1yaLzO3ScrmrD9e3Ui_gNmCNU8JnUk_XC/view?usp=sharing)

Lambayeque, jueves 21 de julio del 2022

  
Abog. CARLOS MANUEL MARTINEZ OBLITAS  
Presidente del Jurado

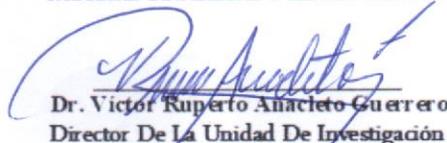
  
Mag. LEOPOLDO YZQUIERDO HERNÁNDEZ  
Secretario del Jurado

  
Dr. GILMER ALARCON REQUEJO  
Vocal del Jurado.

*Certificación: El Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, certifica la veracidad del contenido del Acta de sustentación de tesis Virtual N° 40-2022-UI-FDCP correspondiente a Josselyn Mercedes Jacinta Barba Santamaria, evento que se ha realizado de manera virtual el día jueves 21 de julio del 2022 y aparece registrada en el archivo correspondiente.*

Lambayeque, 20 de setiembre del 2022

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO  
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIA POLITICA

  
Dr. Víctor Ruperto Alarcón Guerrero  
Director De La Unidad De Investigación

## **CONSTANCIA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS**

Yo, **Mg. MARY ISABEL COLINA MORENO**, Asesora del tesista: **JOSSELYN MERCEDES JACINTA BARBA SANTAMARIA**, luego de la revisión exhaustiva de su Tesis titulada **“DISEÑOS DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA PARA MEJORAR LA GESTIÓN MUNICIPAL EN EL DISTRITO DE ÍLLIMO 2021”**, constado que la misma tiene un índice de similitud de 7% verificable en el reporte de similitud del programa Turnitin.

La suscrita analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender, la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

**Lambayeque, 09 de Noviembre del 2021.**



---

**Mg. MARY ISABEL COLINA MORENO**  
**D.N.I 40997649**  
**ASESORA**

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA PARA MEJORAR LA GESTIÓN MUNICIPAL EN EL DISTRITO DE ÍLLIMO, 2021

## INFORME DE ORIGINALIDAD

7%

INDICE DE SIMILITUD

6%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="https://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
2	<a href="https://produccioncientificaluz.org">produccioncientificaluz.org</a> Fuente de Internet	1%
3	<a href="https://repositorio.uancv.edu.pe">repositorio.uancv.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
4	<a href="https://repositorio.unp.edu.pe">repositorio.unp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
5	<a href="https://repositorio.udh.edu.pe">repositorio.udh.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
6	<a href="https://repositorio.unprg.edu.pe">repositorio.unprg.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo Trabajo del estudiante	<1%
8	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1%

9	<a href="http://1library.co">1library.co</a> Fuente de Internet	<1 %
10	<a href="http://repositorio.upn.edu.pe">repositorio.upn.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
11	<a href="http://techronga.com">techronga.com</a> Fuente de Internet	<1 %
12	<a href="http://e-revistas.uc3m.es">e-revistas.uc3m.es</a> Fuente de Internet	<1 %
13	Submitted to Universidad Tecnologica de Honduras Trabajo del estudiante	<1 %
14	<a href="http://repo.uta.edu.ec">repo.uta.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
15	<a href="http://ecotec.edu.ec">ecotec.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
16	<a href="http://www.grafiati.com">www.grafiati.com</a> Fuente de Internet	<1 %
17	<a href="http://tesis.usat.edu.pe">tesis.usat.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
18	<a href="http://repositorio.unsa.edu.pe">repositorio.unsa.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
19	<a href="http://archive.org">archive.org</a> Fuente de Internet	<1 %
20	Submitted to EP NBS S.A.C. Trabajo del estudiante	

<1 %

21

[grullapsicologiaynutricion.com](http://grullapsicologiaynutricion.com)

Fuente de Internet

<1 %

22

[doku.pub](http://doku.pub)

Fuente de Internet

<1 %

23

[tesis.pucp.edu.pe](http://tesis.pucp.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

24

[repositorio.umaza.edu.ar](http://repositorio.umaza.edu.ar)

Fuente de Internet

<1 %

25

[www.tdx.cat](http://www.tdx.cat)

Fuente de Internet

<1 %

26

[repositorio.uandina.edu.pe](http://repositorio.uandina.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

27

[repositorio.upt.edu.pe](http://repositorio.upt.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

28

[repository.javeriana.edu.co](http://repository.javeriana.edu.co)

Fuente de Internet

<1 %

29

[www.maovalverde.com](http://www.maovalverde.com)

Fuente de Internet

<1 %

30

[cybertesis.unmsm.edu.pe](http://cybertesis.unmsm.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

31

[repositorio.uigv.edu.pe](http://repositorio.uigv.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 15 words

Excluir bibliografía

Activo

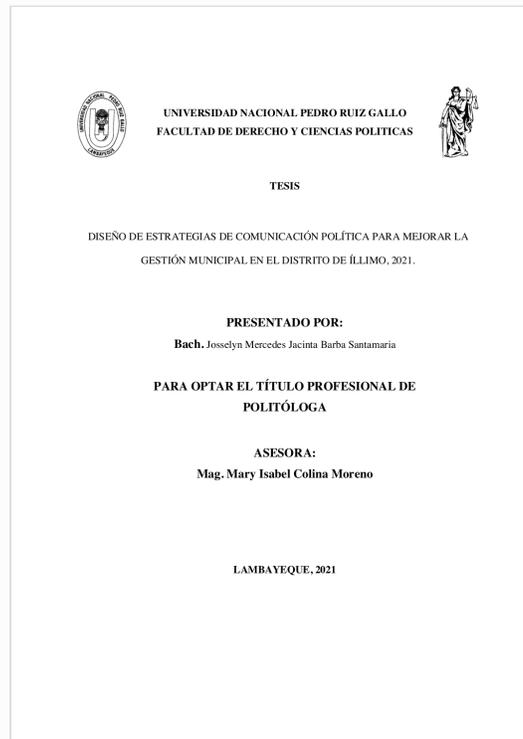


## Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por **Turnitin**. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Josselyn Mercedes Jacinta Barba Santamaria  
Título del ejercicio: TESIS PRE GRADO 2021  
Título de la entrega: DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA PARA...  
Nombre del archivo: TESIS\_FINAL JOSSELYN BARBA SANTAMARIA\_1.docx  
Tamaño del archivo: 340.5K  
Total páginas: 89  
Total de palabras: 17,748  
Total de caracteres: 96,346  
Fecha de entrega: 09-nov.-2021 11:46a. m. (UTC-0500)  
Identificador de la entrega... 1697879893





## Constancia DE SIMILITUD

Nº 24-2022-VIRTUAL-UI-FDCP-UNPRG

El Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, hace constar:

Que, la bachiller **Barba Santamaria Josselyn Mercedes Jacinta**

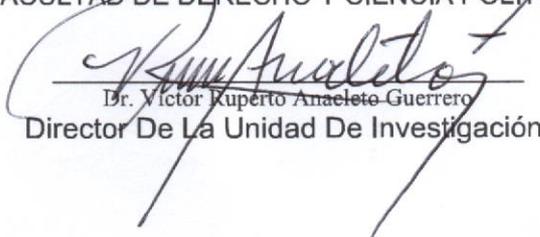
De la escuela profesional de CIENCIA POLITICA, ha cumplido con presentar la SIMILITUD DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS (TURNITIN); como requisito indispensable para la sustentación de la tesis; según detalle:

- Título de la tesis: **“DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA PARA MEJORAR LA GESTIÓN MUNICIPAL EN EL DISTRITO DE ÍLLIMO, 2021”**
- INDICE DE SIMILITUD:7%
- ASESOR: Mag. MARY ISABEL COLINA MORENO

Se expide la presente, para la tramitación del Título Profesional; dispuesto en la Directiva para la evaluación de originalidad de los documentos académicos de investigación formativa y para la obtención de Grados y títulos de la UNPRG.

Lambayeque, 29 de marzo del 2022.

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO  
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIA POLITICA

  
Dr. Víctor Ruperto Anacleto Guerrero  
Director De La Unidad De Investigación

C.C. Archivo.