UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES

CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESIS

"EFECTIVIDAD DE LA CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL EN EL NIVEL DE INFORMACIÓN EN EL CONTEXTO COVID 19, UCAYALI 2020 - 2021"

PRESENTADO POR:

SANDRO RICARDO VILLENA DAHUA

PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ASESOR:

Mg. MARÍA CRISTINA PÉREZ HIDALGO

PUCALLPA – PERÚ
2022

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES
COMISIÓN DE GRADOS Y TITULOS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Pucallpa, a los Veintitres días del mes de Marzo del 2022 siendo las 8:30 am. horas y de acuerdo a lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Educación y Ciencias Sociales de Universidad Nacional de Ucayali, se reunió el Jurado Calificador, conformado por los siguientes docentes.

- **Presidente: Dra. FREYSIL LILIAN LING VILLACREZ**
- **Secretario: Dr. JHONN ROBERT RUIZ DE LA CRUZ**
- **Miembro: Mg. ADAN GENARO APARCANA LAURA**
- **Accesitaria: Dra. JESSENIA CHOY SANCHEZ PANDURO**

Para proceder a la sustentación publica de la tesis titulada:

"EFECTIVIDAD DE LA CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL EN EL NIVEL DE INFORMACIÓN EN EL CONTEXTO COVID19, UCAYALI 2020-2021."

Presentado (a) por el (la) bachiller: **SANDRO RICARDO VILLENA DAHUA**

Finalizando la sustentación de la misma, se procedió a realizar la evaluación respectiva, llegando a la conclusión siguiente:

La tesis ha sido Aprobado por Unanimidad

Quedando expedito para que se le otorgue el **Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

Siendo las 9:30 am. horas del mismo día se dio por concluido el acto académico.

Pucallpa Veintitres de Marzo del 2022

Presidente	Secretario	Miembro

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI – SECRETARIA ACADÉMICA – PUCALLPA

Secretario académico de la FEyCsSs.

Nota. Llenar los espacios en blanco con letras (no números)

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES

CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESIS

"EFECTIVIDAD DE LA CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL EN EL NIVEL DE INFORMACIÓN EN EL CONTEXTO COVID 19, UCAYALI 2020 - 2021"

APROBADO POR:

.....

Dra. Freysi Lilian Ling Villacrez
Presidente

.....

Dr. Jhonn Robert Ruiz De La Cruz
Secretario

.....

Lic. Adan Genaro Aparcana Laura
Miembro

.....

Mg. María Cristina Pérez Hidalgo
Asesor

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
VICERRECTORADO DE INVESTIGACION
DIRECCION GENERAL DE PRODUCCION INTELECTUAL

CONSTANCIA

ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACION

SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND

N°0029-2022

La **Dirección de Producción Intelectual**, hace constar por la presente, que el **Informe final de Tesis, titulado:**

"EFECTIVIDAD DE LA CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL EN EL NIVEL DE INFORMACIÓN EN EL CONTEXTO COVID19, UCAYALI 2020-2021."

Cuyo(s) autor (es)	:	**VILLENA DAHUA, SANDRO RICARDO.**
Facultad	:	**EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES.**
Escuela Profesional	:	**CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.**
Asesor(a)	:	**MG. PEREZ HIDALGO, MARIA CRISTINA.**

Después de realizado el análisis correspondiente en el Sistema Antiplagio URKUND, dicho documento presenta un **porcentaje de similitud de 3%.**
En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentaje establecidos en el artículo 9 de la DIRECTIVA DE USO DEL SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND, el cual indica que no se debe superar el 10%. Se declara, que el trabajo de investigación: SI Contiene un porcentaje aceptable de similitud, por lo que SI se aprueba su originalidad.

En señal de conformidad y verificación se FIRMA Y CODIFICA la presente constancia

FECHA 26/01/2022

Dr. ABRAHAM ERMITANIO HUAMAN ALMIRON
Dirección de Producción Intelectual

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS

REPOSITORIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

Yo, Sandro Ricardo Villena Dahua.
Autor de la TESIS titulada:
"Efectividad de la creación de contenido digital en el nivel de información en el contexto covid 19, Ucayali 2020 - 2021".

Sustentada el año: 2022
Con la asesoría de: Mg. María Cristina Pérez Hidalgo.
En la Facultad de: Educación y Ciencias Sociales.
Carrera Profesional de: Ciencias de la Comunicación.

Autorizo la publicación:

PARCIAL [ ] Significa que se publicará en el repositorio institucional solo La caratula, la dedicatoria y el resumen de la tesis. Esta opción solo es válida marcar **si su tesis o documento presenta material patentable**, para ello deberá presentar el trámite de CATI y/o INDECOPI cuando se lo solicite la DGPI UNU.

TOTAL [x] Significa que todo el contenido de la tesis y/o documento será publicada en el repositorio institucional.

De mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali (www.repositorio.unu.edu.pe), bajo los siguientes términos:

Primero: Otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali **licencia no exclusiva** para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UNU, en formato digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

Segundo: Declaro que la **tesis es una creación de mi autoría** y exclusiva titularidad, por tanto me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas, caso contrario, me hago único(a) responsable de investigaciones y observaciones futuras, de acuerdo a lo establecido en el estatuto de la Universidad Nacional de Ucayali y del Ministerio de Educación.

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

Fecha: 23 / 03 / 2022.

Email: Sandro.villena243@gmail.com
Firma: 

Teléfono: 902084991
DNI: 46490089

DEDICATORIA

Dedico con todo mi corazón esta tesis a mi familia, a mi padre Edinson Villena, a mi madre Mary Dahua, a mi hermana Aurora Villena y a mi hijo Sandro Noboru, quienes son en todo momento, la única razón por la que respiro y deseo llegar alto.

AGRADECIMIENTO

Primero agradecer a Dios, por la oportunidad de bendecirme con este nuevo logro y ascenso en mi vida.

Agradecer a la Universidad Nacional de Ucayali, por el honor de haberme tenido en su seno académico, por brindarme la base científica que se necesita para ser un profesional completo y por la grandeza de haberme hecho sentir unusino.

Agradezco a cada uno de mis docentes, porque han sido pieza clave en mi formación profesional, y porque gracias a sus enseñanzas, mi criterio tendrá madurez en el desarrollo de mis funciones como comunicador.

Y finalmente, a todas las instituciones públicas y privadas que me abrieron sus puertas como comunicador antes de serlo, porque gracias a ellas culmino mi formación profesional con amplia experiencia para enfrentar los retos de este siglo con todas sus variantes.

ÍNDICE

Pág.

DEDICATORIA.....vi

AGRADECIMIENTO vii

ÍNDICE..... viii

ÍNDICE DE TABLAS x

ÍNDICE DE FIGURAS.....xi

RESUMEN..... xii

ABSTRACT..... xiii

INTRODUCCIÓN xiv

CAPÍTULO I. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....1

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA 1

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....3

1.2.1. Problema General 3

1.2.2. Problemas Específicos 3

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....4

1.3.1. Objetivo General.....4

1.3.2. Objetivos Específicos 4

1.4. VARIABLES 5

1.5. HIPÓTESIS.....7

1.5.1. Hipótesis General 7

1.5.2. Hipótesis Específicas.....7

1.6. JUSTIFICACIÓN.....7

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO 9

2.1. ANTECEDENTES.....9

2.1.1. A Nivel Internacional 9
2.1.2. A Nivel Nacional 10
2.1.3. A Nivel Local 12
2.2. BASES TEÓRICAS 12
2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS 17
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO 19
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN 19
3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN 19
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA 20
3.4. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS 21
3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS 22
3.6. TRATAMIENTO DE DATOS 22
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN 24
4.1. RESULTADOS 24
4.2. CONTRASTE DE HIPÓTESIS 32
4.3. DISCUSIÓN 38
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 42
5.1. CONCLUSIONES 42
5.2. RECOMENDACIONES 43
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA 44
ANEXO 48

ÍNDICE DE TABLAS

Pág.

Tabla 1. Operacionalización de las variables 6

Tabla 2. Población de seguidores de la fanpage..... 21

Tabla 3. Muestra de investigación 21

Tabla 4. Resultados obtenidos para la variable Nivel de información..... 24

Tabla 5. Resultados obtenidos para la dimensión Gestión política regional.. 26

Tabla 6. Resultados obtenidos para la dimensión Emergencia sanitaria..... 28

Tabla 7. Resultados obtenidos para la dimensión Problemática regional..... 30

Tabla 8. Aplicación de la prueba t para muestras independientes 33

Tabla 9. Aplicación de la prueba t para muestras independientes 35

Tabla 10. Aplicación de la prueba t para muestras independientes 36

Tabla 11. Aplicación de la prueba t para muestras independientes 38

ÍNDICE DE FIGURAS

Pág.

Figura 1. Resultados obtenidos para la variable Nivel de información..... 24

Figura 2. Resultados obtenidos para la dimensión Gestión política regional.. 26

Figura 3. Resultados obtenidos para la dimensión Emergencia sanitaria..... 28

Figura 4. Resultados obtenidos para la dimensión Problemática regional..... 30

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar el nivel de efectividad de la creación de contenido digital en el nivel de información en el contexto Covid19, Ucayali 2020 - 2021. La metodología aplicada fue a través de un enfoque cuantitativo, de diseño experimental en el modelo cuasi experimental. Trabajó con una muestra de 50 participantes a quienes se les aplicó un pre y post test. Los resultados fueron procesados en el programa estadístico SPSS25 y demostraron que; en el grupo experimental, durante el pre test, 90% poseía un nivel de información bajo y 10% un nivel medio; mientras que, en el post test, 80% alcanzó un nivel alto de información y 20% un nivel medio. El resultado de la prueba de hipótesis demuestra que t= 48.295 y su valor Sig.= 0.000 indican que la diferencia es significativa entre ambos grupos en el post test, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, es decir, el nivel de efectividad de la creación de contenido digital en el nivel de información en el contexto Covid19, Ucayali 2020 – 2021, es significativo.

Palabras clave: Contenido digital, nivel de información, contexto Covid19.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the level of effectiveness of the creation of digital content at the information level in the context of Covid19, Ucayali 2020 - 2021. The applied methodology is through a quantitative approach, experimental design in the quasi-model experimental. He worked with a sample of 50 participants to whom a pre and post test was applied. The results were processed in the statistical program SPSS25 and showed that; In the experimental group, during the pretest, 90% had a low level of information and 10% a medium level; while, in the post-test, 80% reached a high level of information and 20% a medium level. The result of the hypothesis test shows that t = 48.295 and its value Sig. = 0.000 indicate that the difference is significant between both groups in the post-test, therefore, the null hypothesis is rejected and the alternative is accepted, that is, the level of effectiveness of the creation of digital content at the information level in the context of Covid19, Ucayali 2020 - 2021, is significant.

Keywords: Digital content, information level, Covid19 context.

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación realizado se desarrolla con la finalidad de crear contenido digital para mejorar el nivel de información de las personas respecto a la coyuntura del Covid19 en nuestra región, teniendo en cuenta que vivimos en medio de una pandemia mundial y que a inicios de esta los niveles de desinformación eran elevados, lo que causaba confusión y pánico entre la población, por ello se decidió crear un contenido digital diferente de modo que las personas pudieran informarse adecuadamente.

La investigación presenta los siguientes capítulos: El primer capítulo, plantea la formulación del problema, los objetivos tanto generales como específicos, además las hipótesis, variables, operacionalización de las variables y la justificación del estudio.

El segundo capítulo, contiene el marco teórico que comprende los antecedentes del problema, el planteamiento teórico, y la definición de términos básicos.

El tercer capítulo, presenta la metodología del estudio, que a su vez contiene el método de investigación, población y muestra, procedimientos de recolección de datos, técnicas e instrumentos de recolección de datos, procesamiento y tratamiento de datos.

El cuarto capítulo, presenta los resultados obtenidos a través de tablas y figuras; asimismo se presenta la discusión de la investigación.

El quinto capítulo, presenta las conclusiones y recomendaciones, culminando con la referencia bibliográfica y anexos correspondientes.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Actualmente el mundo entero enfrenta una de las pandemias más graves generadas por el COVID-19, la que inició en diciembre del 2019 pero que obligó varios países, incluido el nuestro, a someternos a un aislamiento social obligatorio que nos tuvo en casa por más de tres meses, justamente en ese tiempo en el que pasamos de la normalidad de ir a un lugar de trabajo a trabajar desde casa, este cambio brusco ha generado que consumamos en índices más elevados el internet y que estemos más pendientes de las plataformas digitales, no solo para trabajar sino que también para informarnos, justamente hoy más que antes vivimos inmersos en un sinfín de noticias informativas y algunas que en lugar de informar solo crean alarma y zozobra en la población. Es aquí cuando entra a tallar la creación de contenido digital de valor con fines informativos dentro del marco de la veracidad.

A nivel mundial, existen millones de personas creando contenido digital para ser difundidos en diversas plataformas, algunas como las redes sociales, en especial Facebook. Mejía (2020) en un estudio realizado determinó que a nivel mundial existen 2449 millones de personas usando la red social Facebook, figurando en primer lugar de preferencia. Este contenido que se crea forma parte de la comunicación digital, Zambrano (2013) indica que este es un fenómeno que se ha vuelto parte de la vida de las personas y que ha surgido de las nuevas tecnologías que se han

introducido rápidamente al ámbito de la comunicación social, en esta se fusionan el periodismo con nuevas técnicas de informática, y de pronto todo lo analógico se ha vuelto digital.

En nuestro país el contenido digital es parte de la vida diaria de los usuarios de redes sociales como Facebook, puesto que siguen a fanpages de personas que crean contenido referente al turismo, la gastronomía, noticias, actualidad, moda, entre otras temáticas.

Al inicio del aislamiento social obligatorio, los ciudadanos empezaron a consumir más las plataformas digitales para informarnos sobre los sucesos referentes al contexto covid19 en el que actualmente vivimos, sin embargo, algunas plataformas no informaban con veracidad o no explicaban de manera más dinámica y sencilla diversos hechos noticiosos, por lo que algunos comunicadores crearon contenido digital para poder informar de mejor manera a la población respecto a diversa información, así por ejemplo el periodista Marco Sifuentes creó “La encerrona” contenido que diariamente informa sobre los últimos sucesos y que se difunde a través de la red social instagram, teniendo gran acogida.

Un estudio de Ipsos (2020) reveló que, durante el periodo de aislamiento social obligatorio en nuestro país, estimando que 13, 2 millones de personas son usuarios de redes sociales, siendo Facebook la principal red social que usan en un 94%, además siendo esta una de la más imprescindible en el periodo de “cuarentena” con un 73%.

En nuestra región de Ucayali, las cosas fueron algo similares ya que algunos fanpages noticiosos nacieron en este periodo para difundir información sobre lo que acontecía en torno a la pandemia que vivimos, es

así que un usuario podría informarse sobre las cifras de infectados a causa del covid19, la coyuntura política y otros problemas sociales que dejaron de atenderse por las autoridades. Sin embargo, no siempre era información veraz, debido a que muchas fanpages de noticias subsisten de ciertos auspicios que les impide dar una información objetiva referente a lo que sucedía y sigue sucediendo.

Es por ello que esta investigación nace desde la necesidad de darle a los ciudadanos información veraz, objetiva y con un estilo particular para que comprendan los casos políticos, los sucesos referentes a la emergencia sanitaria y otros problemas sociales que aquejan a nuestra región, con el fin de crear en ellos una visión analítica y crítica en torno a lo que sucede creando contenido digital de valor para mejorar su nivel de información.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema General

- ¿Cuál es el nivel de efectividad de la creación de contenido digital en el nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 – 2021?

1.2.2. Problemas Específicos

- ¿Cuál es el nivel de efectividad de la creación de contenido digital en la gestión política regional del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 – 2021?

- ¿Cuál es el nivel de efectividad de la creación de contenido digital en la emergencia sanitaria del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 – 2021?
- ¿Cuál es el nivel de efectividad de la creación de contenido digital en la problemática regional del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 – 2021**?**

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Objetivo General

- Determinar la efectividad de la creación de contenido digital en el nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 - 2021.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Identificar la efectividad de la creación de contenido digital en la gestión política regional del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 - 2021.
- Establecer la efectividad de la creación de contenido digital en la emergencia sanitaria del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 - 2021.
- Analizar la efectividad de la creación de contenido digital en la problemática regional del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 - 2021.

1.4. VARIABLES

1.4.1. Variable 1

- Contenido digital.

Dimensiones

- Contenido.
- Interacción.
- Impacto.

1.4.2. Variable 2

- Nivel de información.

Dimensiones

- Gestión política regional.
- Emergencia sanitaria.
- Problemática regional.

1.4.3. Operacionalización de las variables

- Se describe en la siguiente tabla:

Tabla 1. Operacionalización de las variables

Variables	Definición conceptual	Dimensión operacional	Dimensión	Indicadores	Nivel de medición	Valor final
Contenido digital	Gómez (2018) indica que es la información que se digitaliza, desarrolla o adquiere con el objetivo de que pueda ser de fácil acceso e intercambiable para favorecer el dialogo cultural y el desarrollo económico de los usuarios. Estos deben impulsar el uso y acceso de los usuarios, asegurar que sea útiles y crear condiciones favorables para que se aumente su distribución y el uso de estos contenidos en el internet, que se adapten a los aspectos culturales de los usuarios.	Se creó contenido digital que fue difundido a través de la red social Facebook.	Contenido	Mensaje Veracidad Dinamismo	Pre test Post test	Nunca = 1 Casi nunca = 2 En ocasiones= 3 Con frecuencia = 4 Siempre = 5
			Interacción	Reacciones Comentarios Compartidos		
			Impacto	Actualidad Sentimientos Viralización		
Nivel de información	Goñi (2017) indica que la información es el significado que le dan las personas a las cosas, los datos percibidos a través de los sentidos los integran y generan información necesaria para el conocimiento que permite tomar decisiones para realizar acciones cotidianas.	Se empleó un pre y pos test para medir la efectividad del contenido en el nivel de información.	Gestión política regional	Indicios de corrupción Mal uso de los recursos públicos. Coyuntura política	Pre test Post test	Nunca = 1 Casi nunca = 2 En ocasiones= 3 Con frecuencia = 4 Siempre = 5
			Emergencia sanitaria	Comando Covid19 Atención médica Respeto a normas de prevención		
			Problemática regional	Atención a problemas sociales. Mala comunicación con el pueblo. Población decepcionada		

1.5. HIPÓTESIS

1.5.1. Hipótesis General

- El nivel de efectividad de la creación de contenido digital en el nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 – 2021, es significativo.

1.5.2. Hipótesis Específicas

- El nivel de efectividad de la creación de contenido digital en la gestión política regional del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 – 2021, es significativo.

- El nivel de efectividad de la creación de contenido digital en la emergencia sanitaria del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 - 2021, es significativo.

- El nivel de efectividad de la creación de contenido digital en la problemática regional del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 - 2021, es significativo.

1.6. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto de investigación se justifica a nivel teórico, debido a que se basará en las teorías de la comunicación adecuadas, integrando nuevas perspectivas acorde a la era digital.

A nivel práctico, debido a que los resultados permitirán realizar un planteamiento y demostración de la efectividad del contenido digital que se creará, en el nivel de información de los consumidores de plataformas digitales, estos serán procesados estadísticamente.

Es de valor social, puesto que pretende llenar un vacío en cuanto a la correcta forma de informar a través de contenido digital, los resultados que se obtengan serán utilizados como antecedentes por futuras investigaciones.

Es de valor metodológico, puesto que contribuirán con el procedimiento y el tratamiento de los datos, los instrumentos que se aplicarán permitirán recolectar los datos de las variables a estudiar.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. A Nivel Internacional

Montoya (2019) en su investigación: “Estudio de pre factibilidad para la creación y puesta en marcha de una productora de contenido digital especializada en video marketing en el Valle de Aburra”. Tuvo como objetivo analizar la factibilidad para crear una productora de contenido digital, teniendo en Cuenta que la oportunidad de negocio está en ayudar a las empresas a lograr sus estrategias de marketing a través del “videomarketing”.

Castillo (2018) en su investigación: “Análisis de contenido digital caso el Mindo” de la Universidad ICESI, Colombia. El análisis que se realizó a través de la semiótica y la semántica, para comprender el discurso publicitario. Concluyó que; el contenido digital que crea cautiva a la comunidad del Valle Caucana, además utiliza jergas en su ecosistema digital.

Villena (2021) en su investigación “El contenido digital en el desarrollo de terapias de lenguaje de los estudiantes de la Unidad Educativa Rafale Morán Valverde. Tuvo como objetivo la realización de un diagnóstico situacionales de la creación de contenidos digitales para el desarrollo de terapias de lenguaje.

Concluyó que; el contenido digital fue efectivo para el fortalecimiento del proceso de estimulación del desarrollo de la terapia de lenguaje en estudiantes con este trastorno.

2.1.2. A Nivel Nacional

Acha y Espinoza (2019) en su investigación: “Luchamaniacs: Creación de contenido para una comunidad de lucha libre en crecimiento” de la Universidad de Lima. Utilizaron el pre y post test para medir la efectividad de la creación del fanpage y su alcance a 10 mil personas. Concluyeron que; es necesario el buen uso de la comunicación al momento de crear contenido digital referente a un tema en específico, evitar los rumores y corroborar fuentes de información. Tuvieron que mantener una constancia en las publicaciones de sus contenidos para evitar que los seguidores se desconecten del fanpage. Finalmente, que es necesario ser eficientes en la publicación de contenidos para que los seguidores sientan que se les da contenido de valor.

Mogollón (2017) en su investigación: “El uso del contenido digital del fan page de la Policía Nacional Del Perú en los alumnos del Instituto Titanes Del Saber, Lima, 2017”, de la Universidad César Vallejo. Aplicó una encuesta con validación de 91% y confiabilidad de 0.91, se aplicó a 50 estudiantes. Concluyó que; los estudiantes tienen a visualizar los memes de esta fanpage puesto que son orientados de manera educativa, además de que tienen una

mayor tendencia a informarse de los post que adjuntan algún material audiovisual, siendo de fácil comprensión el mensaje.

Santillana (2017) en su investigación “Percepción de los contenidos digitales del fanpage de El Comercio sobre “El Niño Costero” en los alumnos del VIII ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, Lima, 2017”. Tipo de investigación aplicada, utilizó una encuesta que se aplicó a 49 estudiantes. Concluyó que: existe una percepción positiva de la multimedialidad del fanpage ya que las noticias iban acompañadas de fotos, videos y memes. Además, indicaron tener una percepción positiva respecto a la interactividad del fanpage.

Aguilar (2017) en su investigación “Análisis del Contenido de la plataforma Facebook Live de Perú21 durante los acontecimientos de los huaicos del periodo de marzo – abril del año 2017, Lima” de la Universidad César Vallejo. Utilizó la técnica de la ficha de observación que fue aplicada solo a 55 de 79 transmisiones realizadas. Concluyó que; existen diferencias en las transmisiones, en el que el periodista es el encargado de los planos, ángulos, movimientos de cámaras y el uso del lenguaje. Además de que se utilizan los hipertextos y que existe interactividad entre el medio y el público.

Tello (2017) en su investigación: “El contenido de las plataformas digitales en los estilos de vida en los jóvenes de 14 a 16 años de la Institución Educativa Vasili Sujomlinsky, San Juan de Lurigancho, 2017”, de la

Universidad César Vallejo. Se aplicó una encuesta a 68 estudiantes. Concluyó que; existe una relación significativa entre el contenido de las plataformas digitales y los estilos de vida de los estudiantes predominando entre ellos los estilos del gastador compulsivo, el c0nservador y el optimista.

2.1.3. A Nivel Local

No hay antecedentes sobre este trabajo de investigación.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. Variable 1: Contenido digital

2.2.1.1. Contenido digital

Gómez (2018) indica que es la información que se digitaliza, desarrolla o adquiere con el objetivo de que pueda ser de fácil acceso e intercambiable para favorecer el dialogo cultural y el desarrollo económico de los usuarios. Estos deben impulsar el uso y acceso de los usuarios, asegurar que sea útiles y crear condiciones favorables para que se aumente su distribución y el uso de estos contenidos en el internet, que se adapten a los aspectos culturales de los usuarios.

Tum (2017) indica que es cualquier forma de datos o información en forma digital (archivos electrónicos), en oposición a la forma física, este puede

estar conformado por infografías, imágenes, fotos, documentos, artículos, videos, podcast, ente otros.

Las 8p’s del marketing digital según de Philip Kotler

Kotler, Kartajaya y Setiawan (2017) inició sus estudios del marketing tradicional introduciendo la teoría delas 4p´s producto, plaza, precio y promoción, que se utilizaban contantemente en el marketing para medios de comunicación tradicionales, pero la evolución de las nuevas tecnologías ha obligado a que se concrete una teoría orienta al marketing digital, la misma que desarrollaremos en esta investigación.

La teoría inicial de las 4 P´s indica estos puntos y que se acoplan perfectamente al contenido digital:

Producto: Se refiere al producto en sí y todo lo que tiene que ver con este, desde su diseño, la utilidad que tendrá, las características que lo van a describir, los embaces, embalajes y formas de transportar. En el contenido digital se refiere a lo que vamos a producir, si es un video, tiene que ver la extensión, los planos, encuadres, grabación, la edición en torno a la colorización y sonido.

Plaza: Se refiere a la distribución del producto, los canales, donde estarna ubicados, es decir donde venderemos el producto o donde ofreceremos nuestros servicios. En el contenido digital tendrá que ver con el canal en el que vamos a difundir este contenido, a través de que plataformas digitales o redes sociales se dará esta difusión.

Precio: Se refiere al costo que tendrá el producto, descuentos, ofertas. En el contenido digital, abarca al costo que puede tener una inversión publicitaria para tener un mayor alcance de nuestro contenido.

Promoción: Se refiere a las promociones que tendrá, las formas en las que posicionaremos el producto, los canales en los que vamos a poner la publicidad. Si antes de la publicación de nuestro contenido será preciso hacer algunas promociones para su estreno, de ser el caso de un producto audiovisual.

A esta teoría inicial de las 4 P's se le incluyó otras 4 más en torno a lo digital para tener en cuenta. Rosas (2015) realiza un resumen sobre estas 8 P's del marketing y su evolución que detalla a continuación:

Personas: las organizaciones se conforman por personas y son estas las que siempre prestan los servicios, incluye los valores, misión y visión de las organizaciones. En el contenido digital involucra a la identidad del fanpage lo crea.

Evidencia física: Estos e refiere a la evolución del aspecto de determinadas marcas o servicios, ya sea desde los locales que tenga, los manuales, guías, merchandising, etc. En el contenido digital se acopla a la presentación que tiene un fanpage, como un logo que lo caracterice, colores que lo identifiquen, entre otros elementos.

Procesos: Se refiere a los procesos que se realizan para obtener el producto desde la materia prima y demás. En el contenido digital, se refiere a

todo el proceso de producción el contenido, de ser un vídeo el cuidado para la grabación y edición.

Partners: Contempla a las alianzas estratégicas que puede tener una marca o servicio para obtener mejores resultados en poco tiempo. En el contenido digital se tiene en cuenta las alianzas con otros generadores de contenidos o influencers que recomienden el contenido realizado.

2.2.2. Variable 2: Nivel de información

2.2.2.1. Nivel de información

López, Parada, y Simonetti (2014) indican que esta se relaciona con libertad de elegir que tiene una persona respecto a un mensaje de un conjunto de posibles mensajes. Es decir, es el grado de libertad de una fuente para elegir un mensaje.

Goñi (2017) indica que la información es el significado que le dan las personas a las cosas, los datos percibidos a través de los sentidos los integran y generan información necesaria para el conocimiento que permite tomar decisiones para realizar acciones cotidianas.

Teoría de Shannon y Weaver

Shannon y Weaver (1948) definen a la comunicación como la transmisión de un mensaje entre emisor y receptor por medio de un canal en un contexto que puede afectar esa transmisión. Haciendo una explicación de

cada uno de los elementos que intervienen esta transmisión:

- **Fuente:** Conjunto de los signos disponibles para constituir el mensaje, esta se distingue del código.
- **Emisor:** Es quien produce el mensaje mediante algunas señales y los codificar.
- **Señal:** Es el objeto de la trasmisión.
- **Mensaje:** Conjunto de señales que han sido previamente seleccionadas por el emisor.
- **Canal:** Soporte físico de la señal.
- **Código:** Es el sistema de transcripción para el envío del mensaje. Por ejemplo; el código morse.
- **Receptor:** Es quien recibe el mensaje y lo decodifica.
- **Ruido:** Es el factor externo que puede afectar la comunicación.

Teoría del Paradigma de la Fórmula de Lasswell (1948)

Laswell desarrolló la teoría en el período de la segunda guerra mundial, en la que se encargó de estudiar los discursos de Hitler y lo que provoca en la audiencia, en este le prestó atención a los elementos verbales y no verbales de su comunicación teniendo como guía el qué, quién, cómo y con qué efecto. Este

se convirtió en un esquema para analizar los contenidos en la sociología de la comunicación.

- ¿Quién? (Análisis del control) Causas que impulsan y orientan la acción de comunicación (comunicador).
- ¿Dice qué? (Análisis de contenido) Los contenidos del mensaje.
- ¿Por qué canal? (Análisis de los medios) La radio, la prensa, las películas y otros canales.
- ¿A quién? (Análisis de la audiencia) Personas a las que llegan los medios.
- ¿Con qué efecto? (Análisis de los efectos) Impacto sobre las audiencias.

El proceso de línea de mensaje de Lasswell es apropiado para la investigación porque define el espacio de análisis del contenido digital que se creará para ser difundido a los seguidores de un fanpage en Facebook, poder analizar a través de este como llega la información hasta ellos y poder definir el impacto que puede generar en la audiencia.

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

- **Contenido digital:** Es la forma de datos o información que se procesa y difunde en plataformas digitales a un determinado público.

- **Información:** Es el mensaje o conjunto de mensajes que se crean con determinados datos para su difusión de manera masiva a través de medios tradicionales de comunicación o medios digitales.

- **Fanpage:** En un perfil público en la red social Facebook que se utiliza para publicar distinto contenido acorde a los objetivos de las personas, organizaciones o marcas.

- **Facebook**: Red social creada en el 2004 y masificada en el 2008, sirve para generar interacción entre las personas.

- **Emergencia Sanitaria:** Es el estado que declara un gobierno debido a un problema de salud grave que puede afectar a toda la población de un determinar país.

- **Covid 19:** Virus generado por el coronavirus de tipo 2 causantes del síndrome respiratorio agudo severo (SRAS-CoV-2).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación tiene la metodología aplicada, puesto que el contenido digital fue creado para ser expuesto a los seguidores. El tipo de investigación fue cuantitativa, y según los autores (Hernández, Fernández y Baptista, 2010), nos dice que este tipo de enfoque utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis previamente hechas, confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población.

El nivel de la investigación fue explicativo, ya que buscó explicar una realidad en el contexto Covid-19.

3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación fue de diseño experimental en el modelo cuasi experimental, debido a que existió manipulación de la variable independiente para observar su efecto en la dependiente. Al grupo experimental se le aplicó una prueba previa al estímulo o tratamiento experimental, después se le administró el tratamiento y finalmente se le aplicó una prueba posterior al estímulo. Mientras que al grupo de control solo se le aplicó la prueba y no se le

dio el estímulo. Este diseño ofrece una ventaja sobre el anterior: existe un punto de referencia inicial para ver qué nivel tenía el grupo en las variables dependientes antes del estímulo; es decir, hay un seguimiento del grupo.

Teniendo en cuenta que su esquema es el siguiente según Hernández, Fernández y Baptista (2014):

Esquema:

G.E:	O1	X	O2
G.C:	O1	-	O2

Donde:

GE : Grupo experimental

GC : Grupo de control

X : Tratamiento

O1 : Aplicación del pre-test

O2 : Aplicación del pos-test

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1. Población

La población se definió por características comunes, siendo un conjunto de elementos que pueden ser infinitas o finitas. (Tamayo, 2001)

Estuvo conformada por 7525 seguidores de la fanpage en el que se difundió el contenido digital.

Tabla 2. Población de seguidores de la fanpage.

Número de seguidores del fanpage	7525

3.3.2. Muestra

La muestra el subconjunto finito que se extrae de una población para poder ser estudiada (Arias, 2012). En esta investigación se tomó una muestra no probabilística por conveniencia que estuvo conformada de la siguiente manera:

Tabla 3. Muestra de investigación

Muestra	Grupo
50 seguidores de la fanpage	Experimental
50 seguidores de otra fanpage	Control

3.4. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

El método de investigación fue el cuantitativo, por lo que el procesamiento de datos fue codificado empleando números cuantitativos.

- Se aplicó el consentimiento informado.
- Se aplicó el pre test a la muestra experimental.
- Se aplicó el pre test a la muestra de control.
- Se elaboró una base de datos en Excel.
- Se elaboraron tablas de distribución de frecuencias.

- Se realizó la prueba de Hipótesis, T de Student, para muestras independientes. Se realizaron las tablas y gráficos a través del programa estadístico SPSS25.

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.5.1. Técnicas de recolección de datos

Se utilizó la técnica de la encuesta, siendo auto administrada, está fue enviada al grupo experimental a través de google form para su aplicación de manera virtual.

3.5.2. Instrumentos de recolección de datos

El instrumento que se utilizó fue el cuestionario en un pre y post test, este consistió en un conjunto de preguntas referentes a las variables que vamos a medir, muchas veces van por separado, un cuestionario para cada variable, en este se tuvo en cuenta los problemas, objetivos e hipótesis a investigar. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

3.6. TRATAMIENTO DE DATOS

La actividad investigativa que se realizó en la Universidad Nacional de Ucayali observó estrictamente los siguientes principios:

Protección de las identidades de los participantes en el estudio; por lo que se aplicó el consentimiento informado a la muestra de esta investigación.

Respetar la autoría de las ideas de los autores; se ha respetado todas las citas de cada uno de los autores que se ha consultado para esta investigación.

Respetar los resultados de la investigación, sin falsear los datos; todos los datos obtenidos en la presente investigación se han procesado acorde a lo que se ha recogido sin ninguna manipulación de por medio.

CAPÍTULO IV

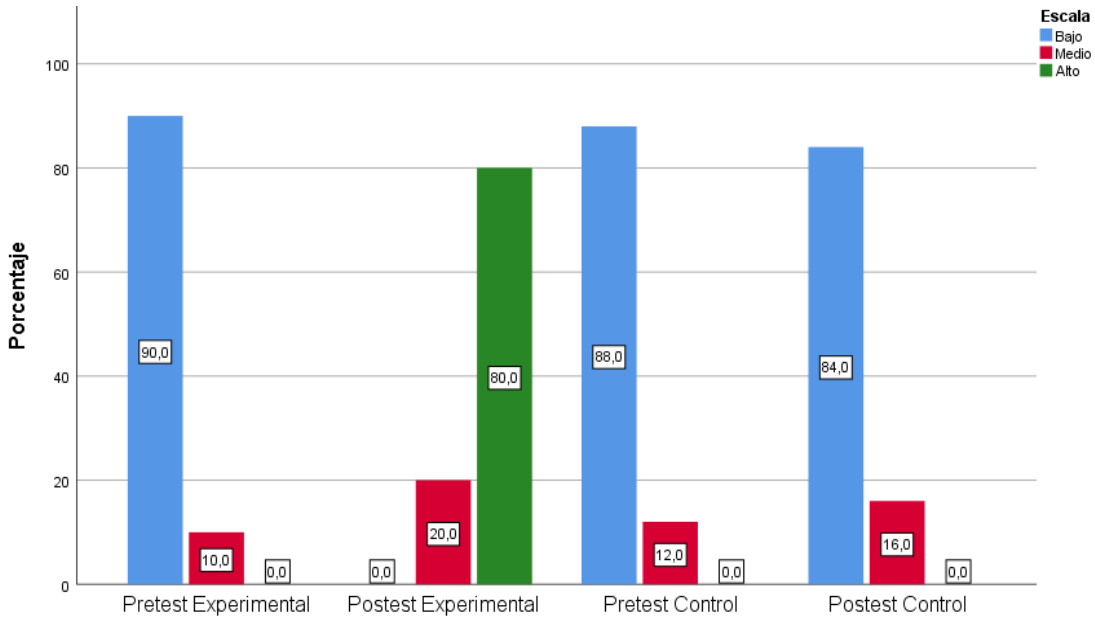
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

Tabla 4. Resultados obtenidos para la variable Nivel de información

	Pre test Experimental		Post test Experimental		Pre test Control		Post test Control	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	45	90,0%	0	0,0%	44	88,0%	42	84,0%
Medio	5	10,0%	10	20,0%	6	12,0%	8	16,0%
Alto	0	0,0%	40	80,0%	0	0,0%	0	0,0%
Total	50	100,0%	50	100,0%	50	100,0%	50	100,0%

Nota. Según instrumentos aplicados.



Fuente: Tabla 4.

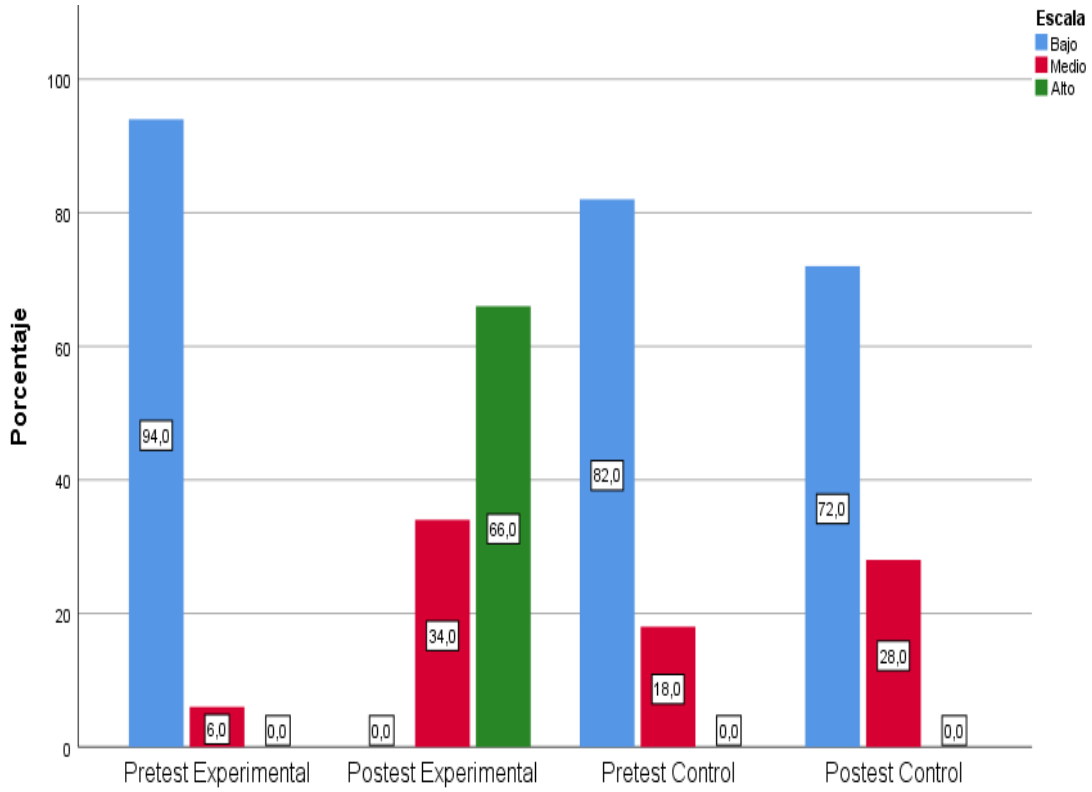
Figura 1. Resultados obtenidos para la variable Nivel de información

En el grupo experimental, durante el pre test, 90% poseía un nivel de información bajo y 10% un nivel medio; mientras que, en el post test, 80% alcanzó un nivel alto de información y 20% un nivel medio. En el grupo de control, durante el pre test, 88% poseía información en el nivel bajo y 12% en el nivel medio; así también, en el post test, 84% mantuvo el nivel bajo de información y 16% el nivel medio.

Tabla 5. Resultados obtenidos para la dimensión Gestión política regional

	Pre test Experimental		Post test Experimental		Pre test Control		Post test Control	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	47	94,0%	0	0,0%	41	82,0%	36	72,0%
Medio	3	6,0%	17	34,0%	9	18,0%	14	28,0%
Alto	0	0,0%	33	66,0%	0	0,0%	0	0,0%
Total	50	100,0%	50	100,0%	50	100,0%	50	100,0%

Nota. Según instrumentos aplicados.



Fuente: Tabla 5.

Figura 2. Resultados obtenidos para la dimensión Gestión política regional

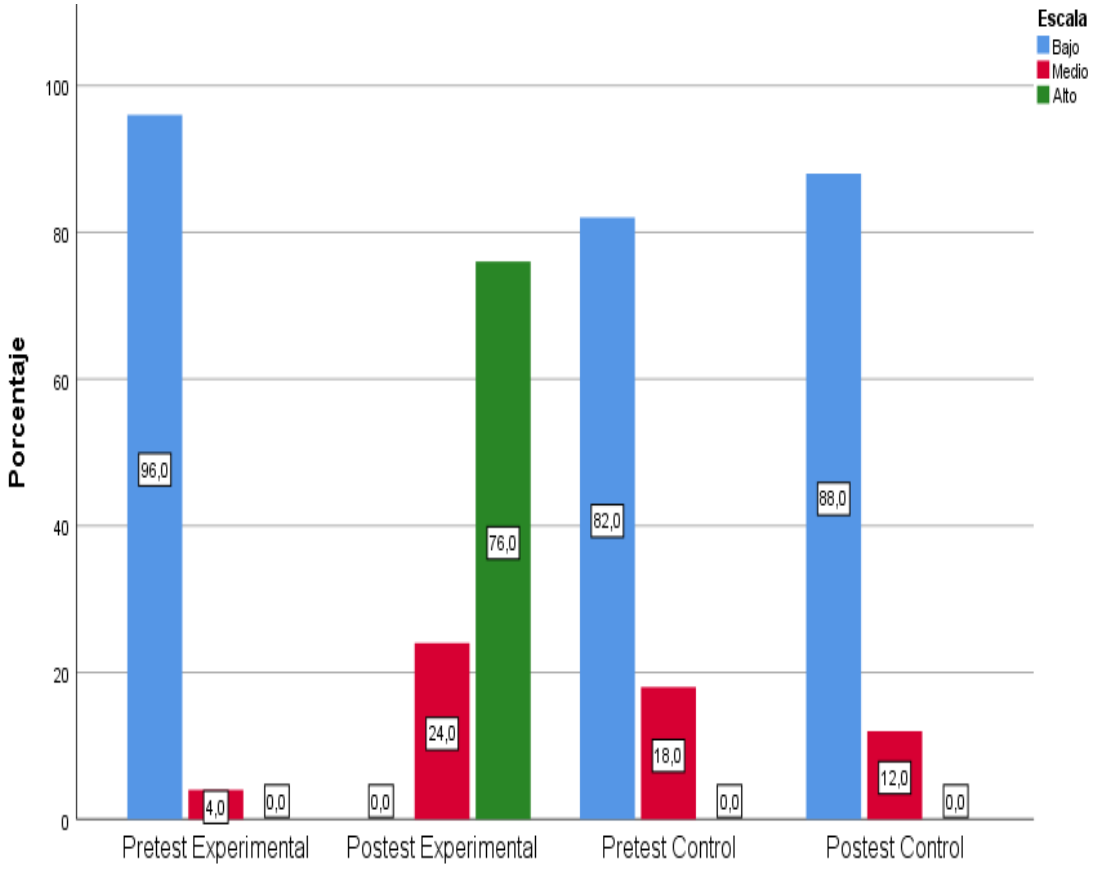
En el grupo experimental, durante el pre test, 94% poseía un nivel de información bajo y 6% un nivel medio; mientras que, en el post test, 66% alcanzó un nivel alto de información y 34% un nivel medio.

En el grupo de control, durante el pre test, 82% poseía información en el nivel bajo y 18% en el nivel medio; así también, en el post test, 72% mantuvo el nivel bajo de información y 28% el nivel medio.

Tabla 6. Resultados obtenidos para la dimensión Emergencia sanitaria

	Pre test Experimental		Post test Experimental		Pre test Control		Post test Control	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	48	96,0%	0	0,0%	41	82,0%	44	88,0%
Medio	2	4,0%	12	24,0%	9	18,0%	6	12,0%
Alto	0	0,0%	38	76,0%	0	0,0%	0	0,0%
Total	50	100,0%	50	100,0%	50	100,0%	50	100,0%

Nota. Según instrumentos aplicados.



Fuente: Tabla 6.

Figura 3. Resultados obtenidos para la dimensión Emergencia sanitaria

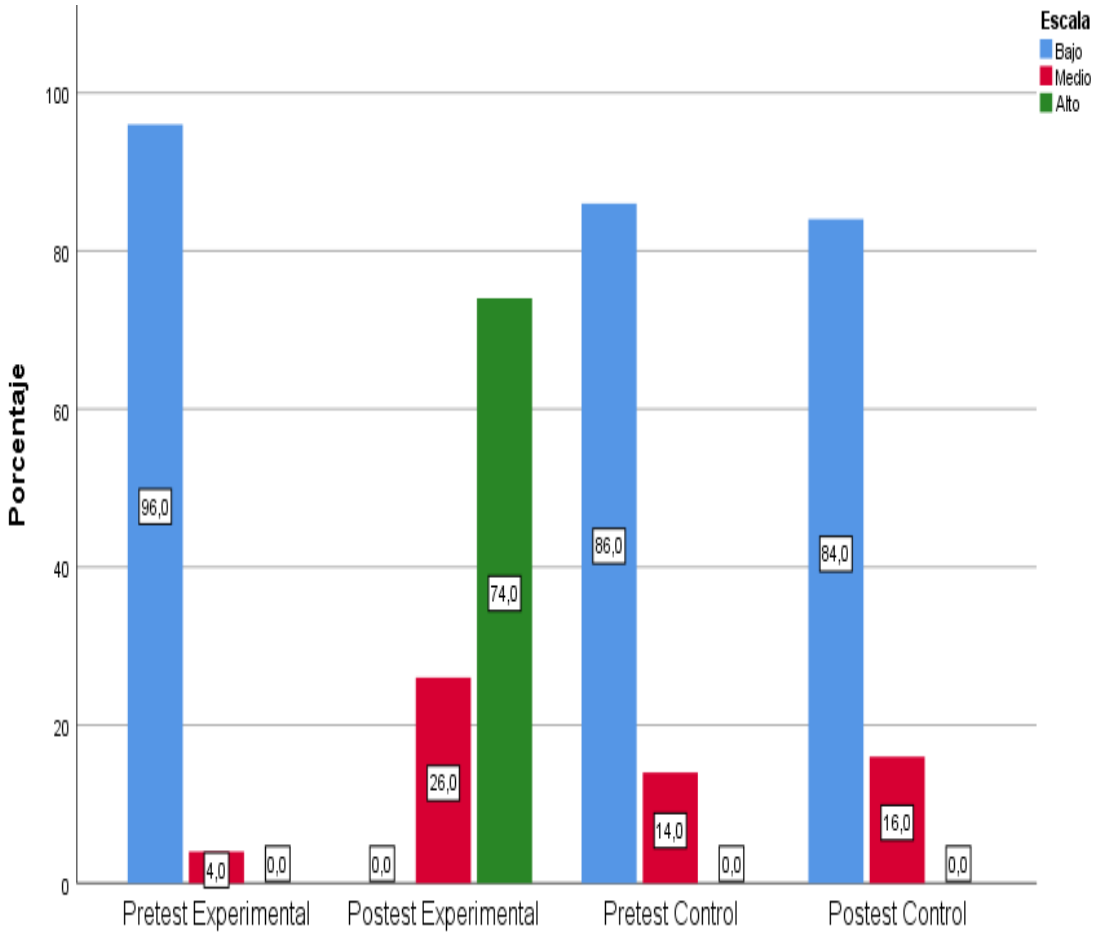
En el grupo experimental, durante el pre test, 96% poseía un nivel de información bajo y 4% un nivel medio; mientras que, en el post test, 76% alcanzó un nivel alto de información y 24% un nivel medio.

En el grupo de control, durante el pre test, 82% poseía información en el nivel bajo y 18% en el nivel medio; así también, en el post test, 88% refirió un nivel bajo de información y 12% un nivel medio.

Tabla 7. Resultados obtenidos para la dimensión Problemática regional

	Pre test Experimental		Post test Experimental		Pre test Control		Post test Control	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	48	96,0%	0	0,0%	43	86,0%	42	84,0%
Medio	2	4,0%	13	26,0%	7	14,0%	8	16,0%
Alto	0	0,0%	37	74,0%	0	0,0%	0	0,0%
Total	50	100,0%	50	100,0%	50	100,0%	50	100,0%

Nota. Según instrumentos aplicados.



Fuente: Tabla 7.

Figura 4. Resultados obtenidos para la dimensión Problemática regional

En el grupo experimental, durante el pre test, 96% poseía un nivel de información bajo y 4% un nivel medio; mientras que, en el post test, 74% alcanzó un nivel alto de información y 26% un nivel medio.

En el grupo de control, durante el pre test, 86% poseía información en el nivel bajo y 14% en el nivel medio; así también, en el post test, 84% mantuvo el nivel bajo de información y 16% obtuvo un nivel medio.

4.2. CONTRASTE DE HIPÓTESIS

Con la finalidad de comprobar si las hipótesis planteadas en esta investigación se cumplen, es necesario realizar procedimientos propios de la estadística inferencial, ya que se trabajó con una muestra, es así que, se aplicaron pruebas estadísticas basadas en la diferencia de medias entre el grupo experimental y de control en el post test, siendo la prueba a aplicar la t para muestras independientes, debido a la naturaleza cuasi experimental del estudio.

4.2.1. Contraste de Hipótesis General

Paso 1: Planteamiento de hipótesis

- H_0: El nivel de efectividad de la creación de contenido digital en el nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 – 2021, no es significativo.
- H_a: El nivel de efectividad de la creación de contenido digital en el nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 – 2021, es significativo.

Paso 2: Determinación del nivel de confianza

- Nivel de confianza: 95%
- Error máximo admisible: 5% (0.05)

Paso 3: Elección de la prueba estadística

- Debido a la naturaleza cuasi experimental de la investigación, se aplica la prueba t para muestras independientes.

Paso 4: Aplicación de la prueba estadística

Tabla 8. Aplicación de la prueba t para muestras independientes

		Prueba de Levene		Prueba t para la igualdad de medias			
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bil.)	Diferencia de medias
Nivel de información	No se asumen varianzas iguales	6,725	,011	48,295	86,241	,000	28,740

Fuente: Realizada utilizando el software estadístico SPSS 26.

Paso 5: Toma de decisión

- El resultado t= 48.295 y su valor Sig.= 0.000 indican que la diferencia es significativa entre ambos grupos en el post test, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, es decir, el nivel de efectividad de la creación de contenido digital en el nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 – 2021, es significativo.

4.2.2. Contraste de Hipótesis Específica 1

Paso 1: Planteamiento de hipótesis

- H_{01}: El nivel de efectividad de la creación de contenido digital en la gestión política regional del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 – 2021, no es significativo.

- H_{a1}: El nivel de efectividad de la creación de contenido digital en la gestión política regional del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 – 2021, es significativo.

Paso 2: Determinación del nivel de confianza

- Nivel de confianza: 95%
- Error máximo admisible: 5% (0.05)

Paso 3: Elección de la prueba estadística

Debido a la naturaleza cuasi experimental de la investigación, se aplica la prueba t para muestras independientes.

Paso 4: Aplicación de la prueba estadística

Tabla 9. Aplicación de la prueba t para muestras independientes

		Prueba de Levene		Prueba t para la igualdad de medias			
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bil.)	Diferencia de medias
Gestión política regional	No se asumen varianzas iguales	5,423	,022	27,677	87,999	,000	8,320

Fuente: Realizada utilizando el software estadístico SPSS 26.

Paso 5: Toma de decisión

El resultado t= 27.677 y su valor Sig.= 0.000 indican que la diferencia es significativa entre ambos grupos en el post test, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, es decir, el nivel de efectividad de la creación de contenido digital en la gestión política regional del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 – 2021, es significativo.

4.2.3. Contraste de Hipótesis Específica 2

Paso 1: Planteamiento de hipótesis

- H_{02}: El nivel de efectividad de la creación de contenido digital en la emergencia sanitaria del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 - 2021, no es significativo.
- H_{a2}: El nivel de efectividad de la creación de contenido digital en la emergencia sanitaria del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 - 2021, es significativo.

Paso 2: Determinación del nivel de confianza

- Nivel de confianza: 95%
- Error máximo admisible: 5% (0.05)

Paso 3: Elección de la prueba estadística

- Debido a la naturaleza cuasi experimental de la investigación, se aplica la prueba t para muestras independientes.

Paso 4: Aplicación de la prueba estadística

Tabla 10. Aplicación de la prueba t para muestras independientes

		Prueba de Levene		Prueba t para la igualdad de medias			
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bil.)	Diferencia de medias
Emergencia sanitaria	No se asumen varianzas iguales	4,132	,045	37,757	89,408	,000	10,520

Fuente: Realizada utilizando el software estadístico SPSS 26.

Paso 5: Toma de decisión

- El resultado t= 37.757 y su valor Sig.= 0.000 indican que la diferencia es significativa entre ambos grupos en el post test, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, es decir, el nivel de efectividad de la creación de contenido digital en la emergencia sanitaria del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 - 2021, es significativo.

4.2.4. Contraste de Hipótesis Específica 3

Paso 1: Planteamiento de hipótesis

- H_{03}: El nivel de efectividad de la creación de contenido digital en la problemática regional del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 - 2021, no es significativo.
- H_{a3}: El nivel de efectividad de la creación de contenido digital en la problemática regional del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 - 2021, es significativo.

Paso 2: Determinación del nivel de confianza

- Nivel de confianza: 95%
- Error máximo admisible: 5% (0.05)

Paso 3: Elección de la prueba estadística

- Debido a la naturaleza cuasi experimental de la investigación, se aplica la prueba t para muestras independientes.

Paso 4: Aplicación de la prueba estadística

Tabla 11. Aplicación de la prueba t para muestras independientes

		Prueba de Levene		Prueba t para la igualdad de medias			
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bil.)	Diferencia de medias
Problemática regional	No se asumen varianzas iguales	6,341	,013	24,053	75,849	,000	9,900

Fuente: Realizada utilizando el software estadístico SPSS 26.

Paso 5: Toma de decisión

El resultado t= 24.053 y su valor Sig.= 0.000 indican que la diferencia es significativa entre ambos grupos en el post test, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, es decir, el nivel de efectividad de la creación de contenido digital en la problemática regional del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 - 2021, es significativo.

4.3. DISCUSIÓN

La presente investigación nos arroja resultados relevantes, ya que al medir la variable de nivel de información se obtuvo que el 90% de la muestra poseía un nivel bajo de información, luego de aplicación del contenido digital a través de la red social Facebook se obtuvo que el 80% de los encuestados alcanzaron un nivel alto de información. Al realizar la prueba de hipótesis se obtuvo como resultado t= 48.295 y su valor Sig.= 0.000, aceptando que el nivel de efectividad de la creación de contenido digital es significativo. Esto se

asemeja con Acha y Espinoza (2019) que en su investigación concluyeron que; es necesario el buen uso de la comunicación al momento de crear contenido digital referente a un tema en específico, evitar los rumores y corroborar fuentes de información. Tuvieron que mantener una constancia en las publicaciones de sus contenidos para evitar que los seguidores se desconecten del fanpage. Finalmente, que es necesario ser eficientes en la publicación de contenidos para que los seguidores sientan que se les da contenido de valor. Por lo que en la presente investigación se hace relevante la secuencialidad del contenido digital que se publicó a fin de mantener informada a la muestra de estudio.

Respecto al nivel de efectividad de la creación de contenido digital en la gestión política regional del nivel de información, se obtuvo que; en el pre test la muestra obtuvo el 94% en poca información, sin embargo, en el pos test se obtuvo que la muestra alcanzó el 66% en un adecuado nivel de información. En el contraste de la hipótesis se obtuvo como resultado t= 27.677 y su valor Sig.= 0.000, es decir, el nivel de efectividad de la creación de contenido digital en la gestión política regional del nivel de información fue significativo. Esto se asemeja a Mogollón (2017) que en su investigación concluyó que; los estudiantes tienen a visualizar los memes de esta fanpage puesto que son orientados de manera educativa, además de que tienen una mayor tendencia a informarse de los post que adjuntan algún material audiovisual, siendo de fácil comprensión el mensaje. Por lo que, en la presente investigación el contenido digital que estuvo conformado por una mezcla de

videos, fotos, memes y musicalización, permitió que la muestra de estudio se informara de manera más ágil y dinámica interesándose por el tema de coyuntura.

En cuanto al nivel de efectividad de la creación de contenido digital en la emergencia sanitaria, se obtuvo que, en el grupo experimental, durante el pre test, 96% poseía un nivel de información bajo y 4% un nivel medio; mientras que, en el post test, 76% alcanzó un nivel alto de información y 24% un nivel medio. El resultado del contraste de hipótesis tuvo como resultado; t= 37.757 y su valor Sig.= 0.000 indican que la diferencia es significativa entre ambos grupos en el post test, por lo tanto, el nivel de efectividad de la creación de contenido digital en la emergencia sanitaria es significativo. Esto se asemeja a Castillo (2018) quién concluyó que; el contenido digital que se crea llega a cautivar a la comunidad por el uso de las jergas en el sistema digital. Lo mismo que sucede en esta investigación, ya que los formatos tradicionales de información en medios de comunicación pueden llegar a ser tediosos y poco comprensibles a la vista del espectador, sin embargo, al crear contenido digital de manera más dinámica el juego de imágenes y textos captan la atención de las personas y los involucran a informarse en su totalidad.

Finalmente, en el nivel de efectividad de la creación de contenido digital en la problemática regional, se obtuvo que; en el grupo experimental, durante el pre test, 96% poseía un nivel de información bajo y 4% un nivel medio; mientras que, en el post test, 74% alcanzó un nivel alto de información y 26% un nivel medio. En el contraste de la hipótesis, se obtuvo como resultado t=

24.053 y su valor Sig.= 0.000, por lo que el nivel de efectividad de la creación de contenido digital en la problemática regional es significativo.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

1. El nivel de efectividad de la creación de contenido digital en el nivel de información en el contexto Covid19, Ucayali 2020 – 2021, es significativo, debido a que la presentación de información se hizo utilizando todas las herramientas multimedia que se pudieron combinar de manera correcta.

2. El nivel de efectividad de la creación de contenido digital en la gestión política regional del nivel de información en el contexto Covid19, Ucayali 2020 – 2021, es significativo, permitiendo que la muestra de estudio se haya informado de manera correcta a diferencia de otros medios de comunicación tradicionales.

3. El nivel de efectividad de la creación de contenido digital en la emergencia sanitaria del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 - 2021, es significativo, debido a que los guiones que acompañaban los videos tenían una recopilación de información que ponía en contexto al público, permitiendo que conectaran de manera ágil y entiendan los temas sin problemas.

4. El nivel de efectividad de la creación de contenido digital en la problemática regional del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 -

2021, es significativo, debido a que la periodicidad de los videos y optar por tocar los temas de coyuntura respecto al Covid 19, permitían la conexión con el público y buenas reacciones.

5.2. RECOMENDACIONES

1. Los medios de comunicación digitales deberían optar por realizar contenido más dinámico de modo que puedan llegar con facilidad a todo tipo de público para que puedan informarse sobre temas de coyuntura.

2. Los periodistas deberían optar por tener más independencia a la hora de informar y poder tratar todos los temas de coyuntura sin tergiversar la información, haciendo que llegue a todos de manera imparcial.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

Acha y Espinoza (2019) Luchamaniacs: Creación de contenido para una comunidad de lucha libre en crecimiento. Universidad de Lima. Disponible en: https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/10077/Acha_Suarez-Espinoza_Torres.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Aguilar (2017) *Análisis del Contenido de la plataforma Facebook Live de Perú21 durante los acontecimientos de los huaicos del periodo de marzo – abril del año 2017, Lima*. Universidad César Vallejo. http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/1862/Aguilar_QJL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Arias, F. (2012). El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica. (6ª Edición). Caracas: Editorial Episteme.

Goñi, I. (2017) reflexiones sobre el concepto de información. Disponible en: http://eprints.rclis.org/5219/1/aci05300.pdf

Gómez, F. (2018) Contenidos digitales. Disponible en: http://formayarticulaetp.cl/index.php/es/

Ipsos (2020) Usos de redes sociales entre peruanos conectados 2020. Disponible en: https://www.ipsos.com/es-pe/uso-de-redes-sociales-entre-peruanos-conectados-2020

Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2017) El Marketing 4.0. Ed. John Wiley & Sons,

Inc. New Jersey. Estados Unidos de Norteamérica.

Lasswell, H. (1985), “Estructura y función de la comunicación en la sociedad”, publicado en Sociología de la comunicación de masas, Moragas, Miquel (comp.), Barcelona, Gustavo Gili. Recuperado de: http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/lasswell.pdf

López, A., Parada, A., Simonetti, F. (2014) Introducción a la psicología de la comunicación. Ediciones Universidad Católica de Chile, Santiago.

Mejía, J. (2020). Estadísticas de redes sociales 2020: usuarios de facebook, instagram, youtube, linkedin, twitter, tiktok y otros. Disponible en: https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/#1_Usuarios_activos_de_Facebook

Mogollón (2017) *El uso del contenido digital del fan page de la Policía Nacional Del Perú en los alumnos del Instituto Titanes Del Saber, Lima, 2017.* Universidad César Vallejo. Tesis para obtener el grado de licenciado en Ciencias de la Comunicación. Disponible en: http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/2053

Montoya, L. (2019) Estudio de prefactibilidad para la creación y puesta en marcha de una productora de contenido digital especializada en video marketing en el Valle de Aburra. Insitución universitaria Esumer. Colombia. Disponible en:

http://repositorio.esumer.edu.co/jspui/bitstream/esumer/2148/1/Tesis%20laura%20Montoya.pdf

Rosas, A. (2015). Las 8 P's del Marketing Mix evolución de las 4 P's del Marketing. Disponible en: https://mejoratuempresa.es/las-8-ps-del-marketing-mix-evolucion-de-las-4-ps-del-marketing/

Shannon, C. y Weaver, W. (1948). The Mathematical Theory of Communication. Urbana, Il: Illinois UP.

Santillana (2017). Percepción de los contenidos digitales del fanpage de El Comercio sobre "El Niño Costero" en los alumnos del VIII ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, Lima, 2017. Universidad César Vallejo. Tesis para obtener el grado de licenciado en Ciencias de la Comunicación. Disponible en: http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/15522

Tamayo, M. (1997) El Proceso de la Investigación científica. Editorial Limusa S.A. México.

Tello (2017) El contenido de las plataformas digitales en los estilos de vida en los jóvenes de 14 a 16 años de la Institución Educativa Vasili Sujomlinsky, San Juan de Lurigancho, 2017. Universidad César Vallejo. http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/15533/Tello_YOJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tum, J. (2017) Contenido digital. Disponible en: https://sites.google.com/site/jorgejosuetum/definicion-de-contenidos-digitales

Villena, N. (2021) El contenido digital en el desarrollo de terapias de lenguaje de los estudiantes de la Unidad Educativa Rafael Morán Valverde. Universidad de Guayaquil. http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/56571/1/BFILO-PSM-21P02.pdf

Wright, Ch. 1979) Análisis funcional y comunicacional de masas. Sociología de la comunicación de masas, Gustavo Gili, Barcelona, 1979, pp. 173-189.

Zambrano, J. (2013). Comunicación digital. Blogger. Disponible en: http://comunicacion-digital-jose.blogspot.com/2013/04/definicion-comunicacion-digital.html

ANEXO

ANEXO 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Formulación de problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores	Metodología
Pregunta general ¿Cuál es la efectividad de la creación de contenido digital en el nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 – 2021? **Preguntas específicas** ¿Cuál es la efectividad de la creación de contenido digital en la gestión política regional del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 – 2021? ¿Cuál es la efectividad de la creación de contenido digital en la emergencia sanitaria del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 – 2021? ¿Cuál es la efectividad de la creación de contenido digital en la problemática regional del nivel de información en el contexto covid 19, Ucayali 2020 – 2021?	**Objetivo general** Determinar la efectividad de la creación de contenido digital en el nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 - 2021. **Objetivos específicos** Identificar la efectividad de la creación de contenido digital en la gestión política regional del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 - 2021. Establecer la efectividad de la creación de contenido digital en la emergencia sanitaria del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 - 2021.	**Hipótesis general** La efectividad de la creación de contenido digital en el nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 – 2021, es significativo. **Hipótesis Específicas** La efectividad de la creación de contenido digital en la gestión política regional del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 – 2021, es significativo. La efectividad de la creación de contenido digital en la emergencia sanitaria del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 - 2021, es significativo.	**Contenido digital**	Contenido Interacción Impacto	Mensaje Veracidad Dinamismo Reacciones Comentarios Compartidos Actualidad Sentimientos Viralización Indicios de corrupción Mal uso de los recursos públicos. Coyuntura política Comando Covid19	**Diseño** Cuasi experimental **Técnica** Encuesta Pre test Post test

	Analizar la efectividad de la creación de contenido digital en la problemática regional del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 - 2021.	La efectividad de la creación de contenido digital en la problemática regional del nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 - 2021, es significativo.	**Nivel de información**	Gestión política regional Emergencia sanitaria Problemática regional	Atención médica Respeto a normas de prevención Atención a problemas sociales. Mala comunicación con el pueblo. Población decepcionada	

ANEXO 2

CONSENTIMIENTO INFORMADO

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, _____, con DNI: _____, _____ declaro que he leído el presente documento y que los datos obtenidos pueden ser publicados o difundidos con fines científicos y convengo participar de forma voluntaria en el estudio:

EFECTIVIDAD DE LA CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL EN EL NIVEL DE INFORMACIÓN EN EL CONTEXTO COVID 19, UCAYALI 2020 - 2021".

Investigador: Sandro Ricardo Villena Dahua

Objetivo: Determinar la efectividad de la creación de contenido digital en el nivel de información en el contexto Covid 19, Ucayali 2020 – 2021.

Procedimiento: Si usted autoriza que su participación en el estudio deberá colaborar con responder un pre y post test. Para ello se le enviará vía email el test para que Ud. pueda colaborar en las respuestas y los envíe.

La participación se considerará como voluntaria y anónima. Toda la información obtenida será tratada de manera confidencial según las normas éticas de investigación regidas por la UNU.

Lea la información a continuación y marque uno de los recuadros.

ACEPTO participar en las encuestas para esta investigación.

NO ACEPTO participar en las encuestas para esta investigación.

Muchas gracias por su colaboración.

_____

Firma

DNI

Fecha y hora:

ANEXO 3

BASE DE DATOS

GRUPO EXPERIMENTAL

	PRETEST																								
ID	**I1**	**I2**	**I3**	**I4**	**I5**	**S**	**ESC**	**I6**	**I7**	**I8**	**I9**	**I10**	**I11**	**S**	**ESC**	**I12**	**I13**	**I14**	**I15**	**I16**	**I17**	**S**	**ESC**	**TT**	**ESC**
1	2	2	3	3	3	**13**	2	2	2	3	3	2	2	**14**	1	2	3	2	3	2	2	**14**	1	**41**	2
2	1	2	1	2	2	**8**	1	2	2	1	2	2	2	**11**	1	1	2	2	2	1	2	**10**	1	**29**	1
3	2	1	2	2	2	**9**	1	2	1	2	2	2	2	**11**	1	2	2	2	2	2	1	**11**	1	**31**	1
4	2	2	2	2	2	**10**	1	1	1	2	2	2	1	**9**	1	2	2	2	1	2	2	**11**	1	**30**	1
5	2	2	1	1	2	**8**	1	2	2	1	2	3	2	**12**	1	2	1	1	2	1	2	**9**	1	**29**	1
6	3	1	2	2	1	**9**	1	2	2	2	1	2	1	**10**	1	2	1	2	1	2	2	**10**	1	**29**	1
7	2	2	2	3	2	**11**	1	2	3	2	2	3	2	**14**	1	3	2	3	3	2	2	**15**	2	**40**	2
8	2	2	2	2	2	**10**	1	1	2	1	2	2	2	**10**	1	1	2	2	2	2	1	**10**	1	**30**	1
9	1	2	2	1	2	**8**	1	2	1	2	2	2	2	**11**	1	2	2	2	2	2	1	**11**	1	**30**	1
10	2	2	1	2	1	**8**	1	1	2	2	2	2	1	**10**	1	2	1	1	1	1	2	**8**	1	**26**	1
11	2	1	1	2	2	**8**	1	2	2	2	1	1	2	**10**	1	1	2	2	2	1	2	**10**	1	**28**	1
12	1	2	2	1	1	**7**	1	1	2	2	1	2	2	**10**	1	2	2	2	1	2	2	**11**	1	**28**	1
13	2	2	2	2	2	**10**	1	2	1	1	2	2	2	**10**	1	2	2	2	2	2	1	**11**	1	**31**	1
14	2	2	1	2	1	**8**	1	2	2	1	2	2	2	**11**	1	2	1	2	2	1	2	**10**	1	**29**	1
15	1	1	2	1	2	**7**	1	1	1	2	2	2	1	**9**	1	2	2	2	1	2	2	**11**	1	**27**	1
16	2	2	1	2	2	**9**	1	2	2	2	1	1	1	**9**	1	3	1	2	2	2	1	**11**	1	**29**	1
17	2	1	2	2	3	**10**	1	2	2	1	2	2	2	**11**	1	2	2	1	2	2	2	**11**	1	**32**	1
18	2	2	2	2	2	**10**	1	1	1	2	2	2	2	**10**	1	2	2	2	2	1	2	**11**	1	**31**	1
19	2	1	2	2	2	**9**	1	2	2	2	2	2	1	**11**	1	2	1	2	1	2	1	**9**	1	**29**	1
20	1	2	1	1	2	**7**	1	2	2	2	1	2	2	**11**	1	2	2	2	2	1	2	**11**	1	**29**	1
21	2	2	2	1	2	**9**	1	2	2	2	2	2	2	**12**	1	2	2	2	1	2	2	**11**	1	**32**	1
22	2	3	3	2	2	**12**	2	2	2	3	3	3	3	**16**	2	2	2	3	3	2	2	**14**	1	**42**	2
23	2	2	2	2	2	**10**	1	3	1	2	2	1	2	**11**	1	2	2	1	1	2	2	**10**	1	**31**	1
24	1	2	2	1	3	**9**	1	2	2	2	2	2	2	**12**	1	2	1	2	2	1	1	**9**	1	**30**	1
25	2	1	1	2	2	**8**	1	2	2	2	1	2	2	**11**	1	2	1	2	2	2	1	**10**	1	**29**	1
26	1	2	2	2	2	**9**	1	2	2	2	2	2	2	**12**	1	2	2	2	1	1	2	**10**	1	**31**	1
27	2	2	2	2	2	**10**	1	3	1	2	2	2	2	**12**	1	2	2	1	2	2	2	**11**	1	**33**	1
28	2	2	2	2	1	**9**	1	2	2	2	2	1	1	**10**	1	3	1	2	2	2	1	**11**	1	**30**	1
29	2	2	2	3	2	**11**	1	2	2	2	2	3	2	**13**	1	3	2	3	3	3	2	**16**	2	**40**	2
30	1	3	1	2	1	**8**	1	1	2	2	1	2	2	**10**	1	2	2	2	2	2	2	**12**	1	**30**	1
31	2	2	2	2	2	**10**	1	2	2	1	1	2	2	**10**	1	1	2	2	2	2	2	**11**	1	**31**	1
32	2	2	2	2	2	**10**	1	2	1	1	2	2	2	**10**	1	2	2	1	2	2	2	**11**	1	**31**	1
33	3	2	2	2	2	**11**	1	1	2	2	2	1	1	**9**	1	2	1	1	2	2	3	**11**	1	**31**	1
34	2	1	2	2	1	**8**	1	2	2	2	1	2	2	**11**	1	1	2	2	2	2	2	**11**	1	**30**	1
35	2	2	1	1	2	**8**	1	2	2	1	2	2	2	**11**	1	2	2	2	1	2	2	**11**	1	**30**	1
36	1	1	1	2	2	**7**	1	1	1	2	2	1	2	**9**	1	2	2	1	2	2	1	**10**	1	**26**	1
37	2	2	2	2	2	**10**	1	2	2	1	1	2	2	**10**	1	1	1	2	2	1	2	**9**	1	**29**	1
38	2	2	2	2	2	**10**	1	2	1	2	1	2	2	**10**	1	2	2	1	2	2	1	**10**	1	**30**	1
39	2	2	2	2	1	**9**	1	2	2	2	2	2	2	**12**	1	2	1	2	2	1	2	**10**	1	**31**	1
40	1	2	1	1	1	**6**	1	2	1	2	2	1	1	**9**	1	2	2	2	1	2	2	**11**	1	**26**	1
41	2	3	2	2	2	**11**	1	1	2	1	1	2	2	**9**	1	2	1	2	1	1	2	**9**	1	**29**	1
42	2	2	2	2	2	**10**	1	2	2	2	2	2	2	**12**	1	1	2	1	2	2	1	**9**	1	**31**	1
43	1	2	2	2	1	**8**	1	2	1	1	2	2	2	**10**	1	2	2	2	2	2	2	**12**	1	**30**	1
44	2	2	1	2	2	**9**	1	2	2	2	2	1	2	**11**	1	2	2	1	2	1	1	**9**	1	**29**	1
45	1	2	2	1	1	**7**	1	1	2	2	2	2	2	**11**	1	2	2	1	2	2	2	**11**	1	**29**	1
46	2	3	3	2	2	**12**	2	2	3	3	3	3	2	**16**	2	3	3	2	2	2	2	**14**	1	**42**	2
47	1	2	2	2	2	**9**	1	1	2	2	2	2	1	**10**	1	2	1	2	2	2	1	**10**	1	**29**	1
48	2	2	2	2	2	**10**	1	2	2	1	2	2	2	**11**	1	2	2	2	2	1	1	**10**	1	**31**	1
49	2	2	2	2	1	**9**	1	2	1	1	2	1	2	**9**	1	2	2	1	1	1	2	**9**	1	**27**	1
50	1	2	2	3	2	**10**	1	1	2	2	1	2	2	**10**	1	3	1	2	2	2	2	**12**	1	**32**	1

	POSTEST																								
ID	**I1**	**I2**	**I3**	**I4**	**I5**	**S**	**ESC**	**I6**	**I7**	**I8**	**I9**	**I10**	**I11**	**S**	**ESC**	**I12**	**I13**	**I14**	**I15**	**I16**	**I17**	**S**	**ESC**	**TT**	**ESC**
1	4	4	4	4	5	**21**	3	4	4	4	4	4	5	**25**	3	5	5	4	5	5	5	**29**	3	**75**	3
2	3	4	5	5	5	**22**	3	4	5	3	5	4	4	**25**	3	4	4	3	4	4	4	**23**	3	**70**	3
3	4	4	3	4	4	**19**	3	5	4	4	4	4	4	**25**	3	3	3	4	4	3	3	**20**	2	**64**	3
4	5	5	3	5	5	**23**	3	4	4	3	4	4	3	**22**	2	4	4	4	4	4	4	**24**	3	**69**	3
5	3	4	4	4	5	**20**	3	4	3	4	5	3	3	**22**	2	4	4	5	3	4	4	**24**	3	**66**	3
6	3	5	2	5	4	**19**	3	4	4	4	4	3	4	**23**	3	5	4	4	4	5	4	**26**	3	**68**	3
7	4	4	4	4	4	**20**	3	5	5	5	4	4	5	**28**	3	4	3	4	5	4	3	**23**	3	**71**	3
8	3	5	5	4	4	**21**	3	4	4	4	3	4	4	**23**	3	3	4	5	4	3	4	**23**	3	**67**	3
9	4	4	4	4	5	**21**	3	4	3	3	4	4	4	**22**	2	2	4	4	3	2	4	**19**	2	**62**	2
10	3	4	4	5	4	**20**	3	4	4	4	4	5	5	**26**	3	4	4	4	4	4	4	**24**	3	**70**	3
11	4	2	5	4	3	**18**	2	3	4	4	5	4	4	**24**	3	4	4	2	2	4	4	**20**	2	**62**	2
12	4	4	4	4	3	**19**	3	4	5	4	4	4	4	**25**	3	5	3	3	5	5	3	**24**	3	**68**	3
13	5	4	4	3	4	**20**	3	5	4	3	4	3	3	**22**	2	4	3	4	4	4	3	**22**	2	**64**	3
14	4	3	4	4	3	**18**	2	4	3	4	5	4	4	**24**	3	4	4	5	4	4	4	**25**	3	**67**	3
15	3	4	5	5	3	**20**	3	3	2	4	4	4	5	**22**	2	3	4	4	3	3	4	**21**	2	**63**	3
16	4	4	2	2	3	**15**	2	4	4	4	4	5	4	**25**	3	4	4	4	4	4	4	**24**	3	**64**	3
17	4	5	4	3	4	**20**	3	4	4	4	3	4	4	**23**	3	4	5	5	4	4	5	**27**	3	**70**	3
18	4	4	4	4	5	**21**	3	5	5	3	3	4	4	**24**	3	5	4	4	5	5	4	**27**	3	**72**	3
19	3	4	3	4	4	**18**	2	4	4	3	4	3	5	**23**	3	4	4	4	4	4	4	**24**	3	**65**	3
20	4	5	4	5	3	**21**	3	4	4	4	5	4	4	**25**	3	4	3	3	4	4	3	**21**	2	**67**	3
21	4	4	5	4	3	**20**	3	3	3	4	4	5	3	**22**	2	3	2	4	3	3	4	**19**	2	**61**	2
22	4	4	4	3	3	**18**	2	4	4	4	4	4	4	**24**	3	4	4	5	4	4	4	**25**	3	**67**	3
23	4	3	5	4	4	**20**	3	4	4	5	5	3	4	**25**	3	4	5	4	4	4	5	**26**	3	**71**	3
24	3	3	4	4	3	**17**	2	5	5	4	4	4	4	**26**	3	4	4	4	3	4	4	**23**	3	**66**	3
25	3	4	4	4	4	**19**	3	4	4	4	4	3	4	**23**	3	4	4	4	4	4	4	**24**	3	**66**	3
26	4	5	5	5	3	**22**	3	4	4	3	3	4	5	**23**	3	4	3	5	4	4	3	**23**	3	**68**	3
27	4	2	4	4	3	**17**	2	3	3	4	4	4	4	**22**	2	4	4	4	3	4	4	**23**	3	**62**	2
28	4	4	4	2	3	**17**	2	4	4	4	5	5	4	**26**	3	3	2	3	4	3	2	**17**	2	**60**	2
29	5	5	3	3	3	**19**	3	4	4	5	4	4	3	**24**	3	4	4	4	4	4	4	**24**	3	**67**	3
30	4	4	4	4	4	**20**	3	3	4	4	4	3	4	**22**	2	4	3	4	5	4	3	**23**	3	**65**	3
31	4	4	4	4	3	**19**	3	4	4	4	4	4	4	**24**	3	4	4	4	4	4	4	**24**	3	**67**	3
32	3	3	5	5	3	**19**	3	4	4	3	5	4	5	**25**	3	4	4	5	5	4	4	**26**	3	**70**	3
33	4	4	4	4	3	**19**	3	3	4	4	4	4	4	**23**	3	4	3	4	4	4	4	**23**	3	**65**	3
34	4	5	4	4	4	**21**	3	4	3	2	3	3	4	**19**	2	3	3	4	4	3	3	**20**	2	**60**	2
35	5	4	3	3	3	**18**	2	4	4	4	4	4	2	**22**	2	3	4	3	3	4	4	**21**	2	**61**	2
36	4	4	4	4	4	**20**	3	5	4	3	4	4	4	**24**	3	4	5	4	4	4	5	**26**	3	**70**	3
37	4	4	4	4	5	**21**	3	4	4	4	4	4	4	**24**	3	4	4	5	4	5	4	**26**	3	**71**	3
38	3	3	3	4	3	**16**	2	4	3	4	5	4	3	**23**	3	4	4	4	2	4	4	**22**	2	**61**	2
39	4	4	4	3	3	**18**	2	5	4	2	4	5	4	**24**	3	5	5	3	4	4	4	**25**	3	**67**	3
40	4	4	4	2	2	**16**	2	4	5	4	4	4	5	**26**	3	4	4	4	4	3	5	**24**	3	**66**	3
41	3	5	5	4	3	**20**	3	4	4	3	3	4	4	**22**	2	4	4	3	4	4	4	**23**	3	**65**	3
42	4	4	4	5	3	**20**	3	3	5	4	4	5	3	**24**	3	3	3	4	3	2	3	**18**	2	**62**	2
43	4	4	4	4	4	**20**	3	3	4	4	4	4	4	**23**	3	4	4	4	4	4	4	**24**	3	**67**	3
44	4	5	3	4	3	**19**	3	4	4	4	5	4	3	**24**	3	4	4	4	5	4	3	**24**	3	**67**	3
45	5	4	3	3	3	**18**	2	5	5	5	4	3	4	**26**	3	4	3	4	4	4	4	**23**	3	**67**	3
46	4	2	3	4	3	**16**	2	4	4	4	4	4	4	**24**	3	4	4	4	4	3	4	**23**	3	**63**	3
47	3	3	4	4	2	**16**	2	4	4	4	4	5	5	**26**	3	3	4	5	5	4	2	**23**	3	**65**	3
48	4	4	3	5	2	**18**	2	5	4	4	4	4	4	**25**	3	4	2	4	4	5	4	**23**	3	**66**	3
49	4	3	4	4	3	**18**	2	4	4	4	3	4	3	**22**	2	3	4	5	4	4	3	**23**	3	**63**	3
50	5	4	4	3	4	**20**	3	4	4	4	4	4	4	**24**	3	4	2	4	2	2	2	**16**	2	**60**	2

GRUPO CONTROL

PRETEST

ID	I1	I2	I3	I4	I5	S	ESC	I6	I7	I8	I9	I10	I11	S	ESC	I12	I13	I14	I15	I16	I17	S	ESC	TT	ESC
1	1	2	3	2	2	**10**	1	3	2	1	2	1	2	**11**	1	3	2	2	2	3	2	**14**	1	**35**	1
2	2	3	2	1	1	**9**	1	2	2	2	2	2	2	**12**	1	2	3	1	2	2	2	**12**	1	**33**	1
3	2	2	2	2	2	**10**	1	2	3	3	3	2	2	**15**	2	3	2	2	1	2	2	**12**	1	**37**	1
4	3	2	1	2	2	**10**	1	1	2	2	2	3	2	**12**	1	2	2	2	2	2	3	**13**	1	**35**	1
5	2	1	2	1	3	**9**	1	2	2	2	2	2	2	**12**	1	2	2	3	3	3	2	**15**	2	**36**	1
6	2	2	2	2	2	**10**	1	2	1	3	3	2	3	**14**	1	2	3	2	2	2	2	**13**	1	**37**	1
7	3	2	1	2	2	**10**	1	3	2	2	2	1	2	**12**	1	3	2	2	2	1	2	**12**	1	**34**	1
8	2	3	2	1	1	**9**	1	2	3	3	2	2	2	**14**	1	2	2	1	3	2	2	**12**	1	**35**	1
9	2	2	2	2	2	**10**	1	2	2	2	3	2	1	**12**	1	1	2	2	2	2	1	**10**	1	**32**	1
10	3	2	3	3	3	**14**	2	1	2	2	2	3	2	**12**	1	2	2	3	3	3	2	**15**	2	**41**	2
11	2	1	2	2	2	**9**	1	2	3	2	2	2	3	**14**	1	2	1	2	2	2	2	**11**	1	**34**	1
12	2	2	2	2	2	**10**	1	3	2	3	1	2	2	**13**	1	3	2	2	2	2	3	**14**	1	**37**	1
13	3	2	1	3	3	**12**	2	2	3	2	2	1	2	**12**	1	2	2	3	2	1	2	**12**	1	**36**	1
14	2	3	2	2	2	**11**	1	2	2	2	2	2	3	**13**	1	2	3	3	3	2	2	**15**	2	**39**	1
15	2	2	3	3	3	**13**	2	3	2	2	3	3	2	**15**	2	1	2	2	2	2	1	**10**	1	**38**	1
16	1	2	2	2	2	**9**	1	2	2	3	2	2	3	**14**	1	2	2	3	2	1	2	**12**	1	**35**	1
17	2	1	2	2	2	**9**	1	3	3	2	2	2	2	**14**	1	2	1	2	3	2	3	**13**	1	**36**	1
18	2	2	3	2	2	**11**	1	2	2	2	1	3	2	**12**	1	1	2	2	2	2	2	**11**	1	**34**	1
19	3	3	2	3	3	**14**	2	2	1	2	2	2	2	**11**	1	2	3	2	2	1	2	**12**	1	**37**	1
20	2	2	3	2	2	**11**	1	2	2	2	3	3	3	**15**	2	2	2	3	1	2	3	**13**	1	**39**	1
21	2	2	2	2	3	**11**	1	3	2	1	2	2	2	**12**	1	1	2	2	2	3	2	**12**	1	**35**	1
22	1	3	2	2	2	**10**	1	2	3	2	2	2	1	**12**	1	2	3	2	2	2	3	**14**	1	**36**	1
23	2	2	2	3	2	**11**	1	2	2	2	3	2	2	**13**	1	3	2	2	3	3	2	**15**	2	**39**	1
24	3	3	3	2	1	**12**	2	2	2	3	3	3	2	**15**	2	2	3	3	2	2	3	**15**	2	**42**	2
25	2	2	2	2	2	**10**	1	3	1	2	2	2	1	**11**	1	3	2	2	2	2	2	**13**	1	**34**	1
26	2	2	1	2	3	**10**	1	2	2	2	3	2	2	**13**	1	2	2	2	2	1	2	**11**	1	**34**	1
27	3	2	2	2	2	**11**	1	2	2	1	2	3	2	**12**	1	2	1	3	3	2	3	**14**	1	**37**	1
28	2	3	2	1	2	**10**	1	1	1	2	2	2	3	**11**	1	3	2	2	2	3	2	**14**	1	**35**	1
29	3	2	3	2	3	**13**	2	2	2	3	2	2	2	**13**	1	2	3	3	2	2	2	**14**	1	**40**	2
30	2	2	2	2	2	**10**	1	2	2	2	3	1	2	**12**	1	2	2	2	3	3	3	**15**	2	**37**	1
31	2	2	2	3	3	**12**	2	3	1	2	2	2	1	**11**	1	1	2	2	2	2	2	**11**	1	**34**	1
32	2	3	1	2	2	**10**	1	2	2	3	2	2	2	**13**	1	2	3	2	2	2	1	**12**	1	**35**	1
33	3	2	2	2	2	**11**	1	2	3	2	2	3	3	**15**	2	3	2	3	1	3	2	**14**	1	**40**	2
34	2	2	2	1	3	**10**	1	1	2	3	3	2	2	**13**	1	2	3	2	2	2	2	**13**	1	**36**	1
35	2	1	1	2	2	**8**	1	2	3	2	2	2	2	**13**	1	2	2	2	2	3	3	**14**	1	**35**	1
36	2	2	2	3	2	**11**	1	2	2	3	3	3	2	**15**	2	3	2	2	3	2	2	**14**	1	**40**	2
37	1	2	2	2	2	**9**	1	1	2	2	3	2	1	**11**	1	2	2	3	2	2	2	**13**	1	**33**	1
38	2	3	1	2	3	**11**	1	2	1	2	2	2	2	**11**	1	3	3	2	2	2	1	**13**	1	**35**	1
39	2	2	2	3	2	**11**	1	2	2	3	1	2	3	**13**	1	2	2	2	1	3	2	**12**	1	**36**	1
40	3	2	3	2	2	**12**	2	3	3	2	2	2	2	**14**	1	2	1	2	2	2	2	**11**	1	**37**	1
41	2	1	2	3	3	**11**	1	2	2	3	2	1	2	**12**	1	2	2	2	3	2	1	**12**	1	**35**	1
42	2	2	2	2	2	**10**	1	2	2	2	3	2	3	**14**	1	3	2	1	2	3	2	**13**	1	**37**	1
43	1	2	3	2	2	**10**	1	1	3	2	2	2	2	**12**	1	2	3	2	2	2	2	**13**	1	**35**	1
44	2	3	2	2	1	**10**	1	2	2	2	2	3	3	**14**	1	2	2	2	3	2	1	**12**	1	**36**	1
45	2	2	2	2	2	**10**	1	3	3	3	3	2	2	**16**	2	2	2	3	3	3	2	**15**	2	**41**	2
46	3	2	2	2	3	**12**	2	2	2	2	3	1	2	**12**	1	3	1	2	2	2	3	**13**	1	**37**	1
47	2	2	2	1	2	**9**	1	3	1	2	2	2	1	**11**	1	2	2	2	3	2	2	**13**	1	**33**	1
48	3	1	2	1	2	**9**	1	2	2	3	2	2	2	**13**	1	2	2	1	2	3	3	**13**	1	**35**	1
49	2	2	2	3	2	**11**	1	2	3	2	2	3	3	**15**	2	1	1	2	2	2	2	**10**	1	**36**	1
50	2	3	2	2	2	**11**	1	2	2	3	3	3	2	**15**	2	2	2	3	2	2	2	**13**	1	**39**	1

POSTEST

ID	I1	I2	I3	I4	I5	S	ESC	I6	I7	I8	I9	I10	I11	S	ESC	I12	I13	I14	I15	I16	I17	S	ESC	TT	ESC
1	1	2	2	2	2	**9**	1	2	3	3	1	2	3	**14**	1	2	2	2	2	2	2	**12**	1	**35**	1
2	2	2	2	2	3	**11**	1	3	2	2	2	2	2	**13**	1	1	3	1	2	2	2	**11**	1	**35**	1
3	2	3	2	1	2	**10**	1	2	2	2	3	2	2	**13**	1	2	2	2	3	1	3	**13**	1	**36**	1
4	3	3	3	2	2	**13**	2	2	2	1	2	3	1	**11**	1	2	3	3	2	2	2	**14**	1	**38**	1
5	2	2	2	2	1	**9**	1	3	3	2	2	2	2	**14**	1	3	2	2	3	3	3	**16**	2	**39**	1
6	2	3	2	1	2	**10**	1	2	2	3	3	2	2	**14**	1	2	2	2	2	2	2	**12**	1	**36**	1
7	1	2	3	2	3	**11**	1	3	2	2	2	2	3	**14**	1	2	2	3	2	2	2	**13**	1	**38**	1
8	2	2	2	2	2	**10**	1	2	3	3	3	3	2	**16**	2	1	3	2	2	3	2	**13**	1	**39**	1
9	3	2	2	1	2	**10**	1	2	2	2	2	2	2	**12**	1	2	2	3	3	2	3	**15**	2	**37**	1
10	3	3	3	2	3	**14**	2	2	2	2	2	3	2	**13**	1	3	2	3	3	3	2	**16**	2	**43**	2
11	2	2	2	3	2	**11**	1	3	1	3	1	3	3	**14**	1	2	3	2	2	2	2	**13**	1	**38**	1
12	3	2	2	2	3	**12**	2	2	2	2	2	2	2	**12**	1	2	2	2	3	2	2	**13**	1	**37**	1
13	2	2	3	3	2	**12**	2	2	2	3	3	3	2	**15**	2	3	2	3	2	2	3	**15**	2	**42**	2
14	3	3	2	2	2	**12**	2	2	3	2	2	2	3	**14**	1	3	1	2	2	3	2	**13**	1	**39**	1
15	2	2	2	2	2	**10**	1	3	2	2	2	2	2	**13**	1	2	2	3	1	2	2	**12**	1	**35**	1
16	2	2	2	1	3	**10**	1	2	2	2	3	2	2	**13**	1	3	2	2	2	3	2	**14**	1	**37**	1
17	1	3	3	2	2	**11**	1	2	1	3	2	3	1	**12**	1	2	3	2	2	2	3	**14**	1	**37**	1
18	2	2	2	3	1	**10**	1	2	2	2	3	2	2	**13**	1	2	1	2	3	2	2	**12**	1	**35**	1
19	3	3	3	2	2	**13**	2	2	3	2	3	2	2	**14**	1	3	2	3	3	2	2	**15**	2	**42**	2
20	2	2	3	3	2	**12**	2	1	2	3	2	2	3	**13**	1	2	2	2	2	3	1	**12**	1	**37**	1
21	2	2	2	2	1	**9**	1	2	2	2	2	3	2	**13**	1	3	3	2	2	2	2	**14**	1	**36**	1
22	3	2	2	2	2	**11**	1	2	3	2	3	2	2	**14**	1	2	2	2	3	2	2	**13**	1	**38**	1
23	2	3	1	3	2	**11**	1	3	3	1	2	2	1	**12**	1	2	2	3	2	2	3	**14**	1	**37**	1
24	3	2	2	2	3	**12**	2	2	2	2	3	2	2	**13**	1	2	2	2	2	3	2	**13**	1	**38**	1
25	2	2	2	3	2	**11**	1	2	3	2	2	3	3	**15**	2	3	1	2	2	2	2	**12**	1	**38**	1
26	2	2	3	2	2	**11**	1	1	2	3	2	2	2	**12**	1	2	2	2	1	2	1	**10**	1	**33**	1
27	2	3	2	2	1	**10**	1	2	2	1	2	2	2	**11**	1	2	2	2	2	2	2	**12**	1	**33**	1
28	3	2	2	2	2	**11**	1	1	3	2	3	1	3	**13**	1	2	3	1	2	3	3	**14**	1	**38**	1
29	2	2	1	3	2	**10**	1	2	2	2	2	2	2	**12**	1	3	2	2	2	2	2	**13**	1	**35**	1
30	1	2	2	2	1	**8**	1	3	3	3	2	2	3	**16**	2	2	3	3	3	3	3	**17**	2	**41**	2
31	2	2	3	2	2	**11**	1	2	2	2	2	3	2	**13**	1	2	2	2	2	2	2	**12**	1	**36**	1
32	2	1	2	3	3	**11**	1	2	2	2	3	2	2	**13**	1	2	2	2	2	2	2	**12**	1	**36**	1
33	3	2	2	2	2	**11**	1	3	2	2	2	2	2	**13**	1	3	1	3	1	3	1	**12**	1	**36**	1
34	2	2	3	2	2	**11**	1	2	3	1	2	1	3	**12**	1	2	2	2	2	2	2	**12**	1	**35**	1
35	2	3	3	1	3	**12**	2	2	3	3	3	2	2	**15**	2	2	2	3	2	3	3	**15**	2	**42**	2
36	1	2	2	2	2	**9**	1	3	2	2	2	3	2	**14**	1	2	3	2	3	2	2	**14**	1	**37**	1
37	2	2	3	2	3	**12**	2	2	2	3	1	2	3	**13**	1	3	2	2	2	2	2	**13**	1	**38**	1
38	2	1	2	3	2	**10**	1	3	3	2	2	2	2	**14**	1	2	2	2	2	2	3	**13**	1	**37**	1
39	2	2	2	1	2	**9**	1	2	2	2	2	3	2	**13**	1	2	1	3	1	3	2	**12**	1	**34**	1
40	2	1	3	2	2	**10**	1	2	2	2	3	3	1	**13**	1	2	2	2	2	2	3	**13**	1	**36**	1
41	2	2	2	2	3	**11**	1	1	3	3	2	2	2	**13**	1	2	3	2	3	2	2	**14**	1	**38**	1
42	2	3	3	3	2	**13**	2	3	3	2	2	3	2	**15**	2	1	2	3	2	2	2	**12**	1	**40**	2
43	1	2	2	2	3	**10**	1	3	3	2	1	2	3	**14**	1	2	2	2	3	2	2	**13**	1	**37**	1
44	2	2	2	2	2	**10**	1	2	2	3	2	2	1	**12**	1	2	3	2	2	2	3	**14**	1	**36**	1
45	2	3	2	1	2	**10**	1	2	2	2	1	3	2	**12**	1	3	3	1	2	3	2	**14**	1	**36**	1
46	3	3	3	2	1	**12**	2	3	2	2	3	2	2	**14**	1	2	2	2	2	2	2	**12**	1	**38**	1
47	2	2	2	2	2	**10**	1	2	3	1	1	2	2	**11**	1	2	3	2	1	2	2	**12**	1	**33**	1
48	2	3	1	3	2	**11**	1	3	2	2	2	3	1	**13**	1	1	2	3	2	2	1	**11**	1	**35**	1
49	3	2	2	2	3	**12**	2	2	2	2	3	3	2	**14**	1	2	2	3	2	3	3	**15**	2	**41**	2
50	3	2	2	3	2	**12**	2	2	2	3	3	2	2	**14**	1	3	3	2	3	1	2	**14**	1	**40**	2

ANEXO 4

EVIDENCIAS GRÁFICAS

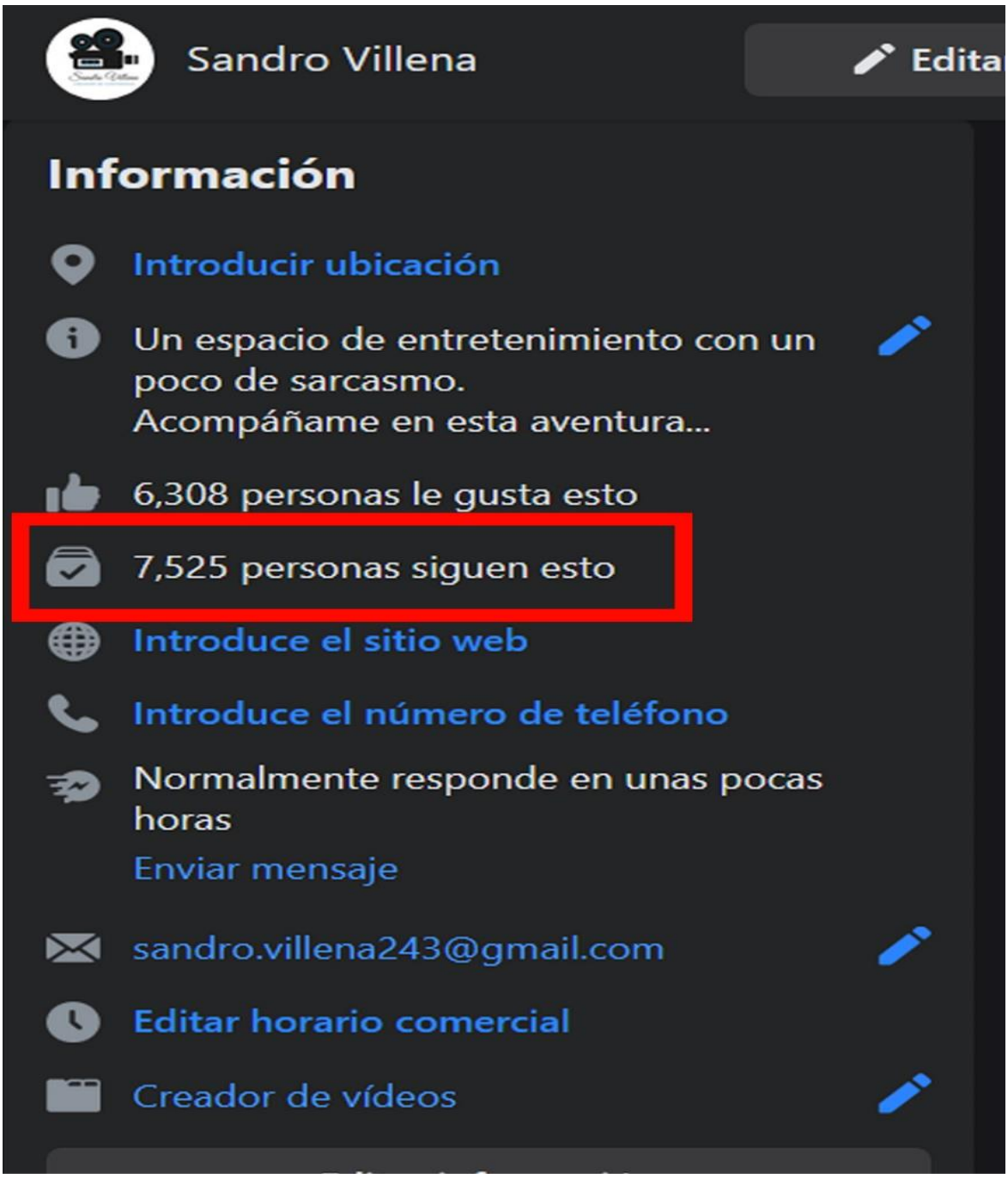
Portada de la fanpage



Logotipo de la fanpage

Sandro Villena
CREADOR DE CONTENIDOS

Seguidores de la fanpage



08-05-2020 Primer vídeo, alcanzando las más de 33 mil reproducciones en sus primeras 24 horas



15-05-2020 Segundo vídeo con el que superamos los 5 mil seguidores



23-05-2020



08-06-2020



21-06-2020



05-04-2021



Entrevistas por medios de comunicación






tv5
El Canal Regional

