Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Universidad del Perú. Decana de América

Dirección General de Estudios de Posgrado
Facultad de Letras y Ciencias Humanas
Unidad de Posgrado

Determinantes del uso de Facebook e involucramiento político en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura

TESIS

Para optar el Grado Académico de Magíster en Comunicaciones

AUTOR

Isabel VALDIVIESO AÑAZCO

ASESOR

Dr. Rubén Dario ALANIA CONTRERAS

Lima, Perú

2024



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Valdiviezo, I. (2024). *Determinantes del uso de Facebook e involucramiento político en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Unidad de Posgrado]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

Metadatos complementarios

Datos de autor	
Nombres y apellidos	Isabel Valdivieso Añazco
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	43190513
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-4477-5276
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	Rubén Dario Alania Contreras
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	21122935
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-4303-1037
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Carlos Fernández García
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	07609813
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	Rubén Darío Alania Contreras
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	21122935
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	Dick Ronald Cáceres Navarro
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	40124031
Miembro del jurado 3	
Nombres y apellidos	Alice Hazel Rosas García

Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	07961411
Datos de investigación	
Línea de investigación	Comunicación, poder y sociedad.
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento.
Ubicación geográfica de la investigación	Edificio: Universidad Nacional de Piura País: Perú Departamento: Piura Provincia: Piura Distrito: Castilla Latitud: -5.181969° Longitud: -80.619015°
Año o rango de años en que se realizó la investigación	2022 - 2023
URL de disciplinas OCDE	Medios de comunicación, Comunicación socio-cultural https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.08.04

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
FACULTAD DE LETRAS Y CIENCIAS HUMANAS

UNIDAD DE POSGRADO
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE
GRADO ACADÉMICO DE MAGISTER

A los tres días del mes de setiembre de dos mil veinticuatro, siendo las 15.00 horas, se reunió el Jurado de Grado integrado por los profesores Mg. Carlos Enrique Fernández García (Presidente-informante), Dr. Rubén Dario Alania Contreras (Asesor), Mg. Dick Ronald Cáceres Navarro (Informante) y Mg. Alice Hazel Rosas García (Miembro) para calificar la sustentación de la tesis titulada **Determinantes del uso de Facebook e involucramiento político en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura**, presentada por la señorita **Isabel Valdivieso Añazco** Bachiller en Ciencias de la Comunicación Social, para optar el Grado de Magíster en Comunicaciones.

Hecha la exposición y absueltas las preguntas formuladas por el Jurado, éste acordó la siguiente calificación de acuerdo a lo establecido por el Reglamento General de Estudios de Posgrado.

Muy bueno (17) Diecisiete

Habiendo sido aprobada la sustentación de la tesis, el Jurado recomendó que la Facultad proponga que se le otorgue el grado académico de Magister en Comunicaciones a la bachiller **Isabel Valdivieso Añazco**.

El acto académico de sustentación concluyó a las 16:00 horas.

Mg. Carlos Enrique Fernández García
Presidente-Informante
Profesor Asociado T.P.

Dr. Rubén Dario Alania Contreras
Asesor
Profesor Auxiliar T.P.

Mg. Dick Ronald Cáceres Navarro
Informante
Profesor Auxiliar T.P.

Mg. Alice Hazel Rosas García
Miembro
Profesora Contratada

Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Universidad del Perú. Decana de América
Vicerrectorado de Investigación y Posgrado

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

CERTIFICADO DE SIMILITUD

Yo Rubén Darío Alania Contreras en mi condición de Asesor acreditado con el Dictamen N° 014-UPG-FLCH-2024, de la **tesis/**monografía/informe de investigación/trabajo académico, cuyo título es **Determinantes del uso de Facebook e involucramiento político en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura**, presentada por la **bachiller**/ magíster/egresado/licenciado/estudiante **Isabel Valdivieso Añazco**, para optar el grado/título/especialidad de **magíster** en Comunicaciones **CERTIFICO** que se ha cumplido con lo establecido en la Directiva de Originalidad y de Similitud de Trabajos Académicos, de Investigación y Producción Intelectual. Según la revisión, análisis y evaluación mediante el software de similitud textual, el documento evaluado cuenta con el porcentaje de 10 **%** de similitud, nivel **PERMITIDO** para continuar con los trámites correspondientes y para su **publicación en el repositorio institucional.**

Se emite el presente certificado en cumplimiento de lo establecido en las normas vigentes, como uno de los requisitos para la obtención del **grado**/ título/ especialidad correspondiente.

Firma del Asesor _____

DNI: 21122935

Nombres y apellidos del Asesor
Rubén Darío Alania Contreras



Huella digital

RESUMEN

En la era digital entender la compleja dinámica entre los jóvenes y la política se vuelve esencial, especialmente en un contexto como el peruano, marcado por constantes cambios y crisis política. El propósito de la investigación fue determinar la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. Para abordar el tema, se desarrolló un modelo adaptado del Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM) en este contexto. La investigación de enfoque cuantitativo, diseño no experimental, transversal descriptivo correlacional, tuvo una población de 200 universitarios a quienes se aplicó el cuestionario de determinantes del uso de Facebook y el cuestionario de involucramiento político. El resultado reveló una relación directa de intensidad baja y significativa del involucramiento político con los determinantes del uso de Facebook: con mayor relación en la necesidad de pertenencia (rho =.333, p<.01), seguida por el disfrute percibido (rho=.295, p<.01), la facilidad de uso (rho =.223, p<.01) y la utilidad percibida (rho=.180, p=.005). Esto se observó junto a un nivel medio de involucramiento político del 69.5% entre los estudiantes universitarios. Se concluyó que existe relación directa y significativa entre las dos variables estudiadas. Por tanto, se infiere que a medida que los determinantes del uso de Facebook aumentan, también lo hace el involucramiento político, y esta relación es estadísticamente significativa. Lo que destaca la necesidad de considerar estrategias de comunicación que aprovechen estos vínculos para fomentar un mayor compromiso político entre los universitarios.

Palabras clave: determinantes del uso; involucramiento político; Facebook; universitarios; política.

Líneas de investigación: Comunicación, poder y sociedad.

ABSTRACT

In the digital era, understanding the complex dynamics between young people and politics becomes essential, especially in a context such as the Peruvian one, marked by constant changes and political crisis. The purpose of the research was to determine the relationship between the determinants of Facebook use and the political involvement of Communication Science students at the National University of Piura. To approach the topic, a model adapted from the Technological Acceptance Model (TAM) was developed in this context. The research had a quantitative approach, non-experimental design, cross-sectional descriptive correlational design, with a population of 200 university students to whom the questionnaire of determinants of Facebook use and the questionnaire of political involvement were applied. The result revealed a direct relationship of low and significant intensity of political involvement with the determinants of Facebook use: with the strongest relationship in the need to belong (rho =.333, p<.01), followed by perceived enjoyment (rho=.295, p<.01), ease of use (rho =.223, p<.01) and perceived usefulness (rho=.180, p=.005). This was seen together with a mean level of political involvement of 69.5% among university students. It was concluded that there is a direct and significant relationship between the two variables studied. Therefore, it is inferred that as the determinants of Facebook use increase, so does political involvement, and this relationship is statistically significant. This highlights the need to consider communication strategies that take advantage of these links to foment greater political engagement among university students.

Keywords: determinants of use; political involvement; Facebook; university students; politics.

AGRADECIMIENTOS

A mi asesor de tesis, Dr. Rubén Darío Alania Contreras por su guía, paciencia y apoyo durante este proceso. Así como al Mag. Carlos Gonzales, por su orientación y asistencia.

A toda la plana docente del Posgrado de Comunicaciones y a los investigadores cuyos trabajos fueron referenciados.

Por último, a mis mascotas por su compañía, cariño y calidez.

ÍNDICE

RESUMEN **iv**

ABSTRACT **v**

ÍNDICE **vii**

CAPÍTULO I **13**

INTRODUCCIÓN **13**

1.1. Situación problemática 13

1.2. Formulación del problema 18

1.2.1. Problema general 18

1.2.2. Problemas específicos 18

1.3. Objetivos 19

1.3.1. Objetivo general 19

1.3.2. Objetivos específicos 19

1.4. Hipótesis 20

1.4.1. Hipótesis general 20

1.4.2. Hipótesis específicas 20

1.5. Justificación 21

1.5.1. Justificación teórica 21

1.5.2. Justificación práctica 21

1.6. Limitaciones 22

CAPÍTULO II **23**

MARCO TEÓRICO **23**

2.1. Bases teóricas 23

2.2. Marco conceptual, definición de términos básicos o glosario 24

2.2.1. Determinantes del uso de Facebook 24

2.2.2. Dimensiones de los determinantes del uso de Facebook 25

2.2.2.1. Necesidad de pertenencia. 25

2.2.2.2. La facilidad de uso percibida. 26

2.2.2.3. La utilidad percibida. 26

2.2.2.4. Disfrute percibido. 26

2.2.3. Involucramiento político 27

2.2.4. Dimensiones de involucramiento político 28

2.2.4.1. Involucramiento político a largo plazo o personal. 28

2.2.4.2. Actitud hacia el voto. 28

2.2.4.3. Confianza en sus decisiones. 28

2.2.5. Propuesta del modelo de investigación 29

CAPÍTULO III **30**

METODOLOGÍA **30**

3.1. Enfoque, nivel y diseño de la investigación 30
3.1.1 Enfoque de investigación 30
3.1.2 Nivel de investigación 30
3.1.3 Diseño de la investigación 30
3.2. Unidad de análisis 31
3.3. Población 31
3.4. Identificación de variables 32
3.5. Operacionalización de variables 33
3.6. Método, técnica e instrumento de recolección de datos 35
3.6.1. Técnica 35
3.6.2 Instrumento 36
3.7. Procesamiento y análisis de datos 38
3.8. Aspectos éticos 39
CAPÍTULO IV **40**
RESULTADOS Y DISCUSION **40**
4.1. Resultados 40
4.1.1. Caracterización general de los estudiantes 40
4.1.2. Análisis de los determinantes del uso de Facebook 41
4.1.3.Análisis del involucramiento político 44
4.1.4. Análisis de la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político 47
4.1.5. Análisis de la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político por sexo 48
4.1.6. Análisis de la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político por edad 49
4.1.7. Análisis de la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político por nivel de estudios 50
4.1.8. Análisis de la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político por lugar de votación 52
4.1.10. Contraste estadístico de la primera hipótesis específica 54
4.1.11. Contraste estadístico de la segunda hipótesis específica 55
4.1.12.Contraste estadístico de la tercera hipótesis específica 56
4.1.13. Contraste estadístico de la cuarta hipótesis específica 57
4.1.14. Contraste estadístico de la quinta hipótesis específica 59
4.1.15. Contraste estadístico de la sexta hipótesis específica 61
4.1.16. Contraste estadístico de la séptima hipótesis específica 63
4.1.17. Contraste estadístico de la octava hipótesis específica 65
4.1.18. Contraste estadístico de la novena hipótesis específica 68
4.1.19. Contraste estadístico de la hipótesis general 69
4.2. Discusión 69
CONCLUSIONES 79

RECOMENDACIONES 81
REFERENCIAS **83**
ANEXOS **89**
Anexo 1: Matriz de consistencia 90
Anexo 2: Instrumentos 93
Anexo 3: Validez y confiabilidad de los instrumentos de medición 96
Anexo 4: Informe de opinión de expertos 101
Anexo 5: Solicitud autorización aplicación de encuestas 111
Anexo 6: Base de datos 112
Anexo 7: Fotografías aplicación de encuestas 113

Lista de Tablas

Tabla 1 Distribución de la muestra 32
Tabla 2 Operacionalización de las variables 33
Tabla 3 Características generales de los estudiantes (n = 200) 40
Tabla 4 Respuestas a los ítems de los determinantes del uso de Facebook (n = 200) 41
Tabla 5 Nivel de los determinantes del uso de Facebook (n = 200) 43
Tabla 6 Respuestas a los ítems del involucramiento político (n = 200) 44
Tabla 7 Nivel del involucramiento político (n = 200) 46
Tabla 8 Coeficientes de correlación rho de Spearman entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político (n = 200) 47
Tabla 9 Coeficientes de correlación rho de Spearman entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político por sexo (n = 200) 48
Tabla 10 Coeficientes de correlación rho de Spearman entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político por edad (n = 200) 49
Tabla 11 Coeficientes de correlación rho de Spearman entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político por nivel de estudios (n = 200) 50
Tabla 12 Coeficientes de correlación rho de Spearman entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político por lugar de votación (n = 200) 52
Tabla 13 Coeficiente de correlación por rangos rho de Spearman entre necesidad de pertenencia e involucramiento político 54
Tabla 14 Coeficiente de correlación por rangos rho de Spearman entre facilidad de uso percibida e involucramiento político 56
Tabla 15 Coeficiente de correlación por rangos rho de Spearman entre utilidad percibida e involucramiento político 57
Tabla 16 Coeficiente de correlación por rangos rho de Spearman entre disfrute percibido e involucramiento político 58
Tabla 17 Coeficiente de correlación por rangos rho de Spearman entre necesidad de pertenencia e involucramiento político por sexo 59

Tabla 18 Coeficientes de correlación por rangos rho de Spearman y valores p entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político por sexo 60
Tabla 19 Coeficiente de correlación por rangos rho de Spearman entre necesidad de pertenencia e involucramiento político por edad 62
Tabla 20 Coeficientes de correlación por rangos rho de Spearman y valores p entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político por edad 62
Tabla 21 Coeficiente de correlación por rangos rho de Spearman entre necesidad de pertenencia e involucramiento político por nivel de estudios 64
Tabla 22 Coeficientes de correlación por rangos rho de Spearman y valores p entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político por nivel de estudios 65
Tabla 23 Coeficiente de correlación por rangos rho de Spearman entre necesidad de pertenencia e involucramiento político por lugar de votación 66
Tabla 24 Coeficientes de correlación por rangos rho de Spearman y valores p entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político por lugar de votación 68

Lista de Figuras

Figura 1 Teoría de Aceptación Tecnológica (TAM) 24
Figura 2 Estructura del modelo de investigación 29
Figura 3 Nivel de los determinantes del uso de Facebook 44
Figura 4 Nivel del involucramiento político 46
Figura 5 Nivel de las dimensiones del involucramiento político 47
Figura 6 Prueba Z de Gauss para el nivel medio de involucramiento político 68
Figura 7 Modelo de investigación propuesto 77

CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

1.1. Situación problemática

El alejamiento de los ciudadanos de la participación política es un fenómeno ampliamente observado, presente en diferentes lugares y puede evaluarse desde múltiples perspectivas. Más aún, dentro de un contexto como el peruano de constante inestabilidad política, escándalos de corrupción, crisis económica y un escenario post pandemia. Esta situación entrevé un futuro hasta el momento incierto, cuyo presente requiere de actitudes determinantes y acciones inmediatas.

En este contexto de desafección, el involucramiento político asume un papel crucial. Este término se refiere a la importancia y significado personal que la política tiene para los ciudadanos con derecho a voto. Implica hasta qué punto los ciudadanos consideran que la política es un elemento central y significativo en sus vidas, y qué tan atractiva resulta para ellos (Lee, 2020; Pinkleton & Austin, 2001; Sánchez-Villar, Bigné & Aldás-Manzano, 2017).

Satria, Kurnia y Nurhadryani (2014) proponen que las redes sociales se pueden utilizar en la campaña electoral para formar opinión pública con el fin de influir y aumentar la participación de los votantes. Estableciéndose una relación significativa entre la utilización de Internet, las redes sociales y la decisión de votar. Castells (2009) propone que las redes multimedia o sociales han servido como un medio significativo para facilitar las actividades políticas, permitiendo la construcción tanto del poder como del contrapoder político. Proporcionando un espacio para la articulación y movilización de actividades políticas y ciudadanía activa.

Durante los períodos electorales, las redes sociales se convierten en canales de información clave que los usuarios consultan, teniendo un impacto significativo en sus

decisiones de voto. Convirtiéndose en factores importantes para la toma de conocimiento y comportamiento electoral (Cifuentes, 2018; Intyaswati, Maryani, Sugiana & Venus, 2021; Lee, 2020; Žiliukaite, 2014).

Robertson, Douglas, Maruyama y Semaan (2013) resaltan que las redes sociales pueden tener un impacto importante en los sentimientos y actitudes de los ciudadanos hacia los políticos. Para Lee (2020) aunque las investigaciones en el ámbito de las ciencias sociales están explorando cómo una red social en sí misma, puede influir en la participación política, hay una falta de atención en cuanto a cómo los factores que determinan su uso pueden impactar en la participación electoral, así como en las actitudes y la confianza de los votantes.

Catalina-García, García-Jiménez y Menor (2019) afirman que las motivaciones y percepciones de los jóvenes sobre el uso político de las redes sociales están notablemente moldeadas por su participación en asociaciones y activismo fuera de línea. A pesar de que los jóvenes muestran desilusión hacia la política institucionalizada, el uso prolongado de Internet no conduce necesariamente a un mayor compromiso político.

En América Latina, los ciudadanos que no se afilian a ningún partido político muestran niveles más elevados de participación tanto electoral como no electoral. Además, tienden a estar más expuestos a los medios de comunicación, hacen un uso más frecuente de Internet y poseen un mayor conocimiento político. También son propensos a considerar la evaluación del desempeño gubernamental como un factor importante en su decisión de voto (Cisneros, 2020).

Dentro del contexto peruano, Cano-Correa, Quiroz-Velasco y Nájar-Ortega (2017) manifiestan que los estudiantes universitarios de Lima muestran una profunda desconfianza hacia los partidos políticos y las organizaciones formales. Además, tienen acceso extendido a diversas fuentes de información, tanto a través de los medios tradicionales como de Internet. Por otro lado, están dispuestos a contribuir a la resolución de los problemas que afectan al país.

A principios de 2023, en el Perú, se registraron 25.05 millones de usuarios activos en redes sociales, lo que representaba una significativa parte de la población total, estimada en 34.19 millones. Según Meta, Facebook contaba con 22.85 millones de usuarios en el país. Esto significa que los anuncios en Facebook tenían un alcance del 66.8% de la población total peruana en ese período (DataReportal, 2023).

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en la región Piura para el periodo del 2022, el acceso a servicios de internet y datos móviles fue notable, con el 93.8 % de hogares con acceso a telefonía móvil y el 45.3 % con acceso a internet. Además, el 72.5 % de la población mayor de 6 años accedió a internet (INEI, 2022). Según el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL), las redes sociales y aplicativos de mensajería fueron el principal uso del internet entre los habitantes de Piura, representando el 88.3 % (Walac, 2022).

El Perú cuenta con un sistema político democrático que se basa en principios de elección ciudadana, separación de poderes y respeto a los derechos individuales. Este marco democrático se refleja en la participación de los ciudadanos en procesos electorales, donde se eligen a sus representantes a nivel local, regional y nacional. Sin embargo, a pesar de estos elementos democráticos, el país enfrentó desafíos persistentes de convulsión social y rechazo de la clase política.

En la capital del país, Lima, entre el 9 y el 15 de noviembre del 2020 se desarrollaron una serie de marchas multitudinarias en contra del recién elegido presidente Manuel Merino de Lama. Las marchas fueron promovidas a través de redes sociales y reunieron a miles de jóvenes, cuyo resultado tuvo un desenlace fatal, cobrando la vida de dos jóvenes. Estas manifestaciones fueron replicadas a nivel nacional. En Piura, miles de ciudadanos recorrieron las principales calles del centro de la ciudad. Las marchas estuvieron lideradas por jóvenes y colectivos sociales (RPP, 2020).

Luego, en diciembre de 2022, tras un fallido golpe de Estado por parte del expresidente Pedro Castillo Terrones, éste fue destituido por el congreso de la República, asumiendo al cargo de presidente de la República la vicepresidenta Dina Ercilia Boluarte Zegarra. Iniciando un ciclo de protestas que se prolongaron por varios meses tanto al interior del país como en la capital, dejando como saldo del enfrentamiento policial, “la pérdida de 66 vidas humanas (48 civiles, 1 policía, 6 militares y 11 civiles por hechos vinculados a los bloqueos de carreteras)” (Defensoría del Pueblo, 2023, p. 24).

En la región Piura, las protestas se llevaron a cabo de manera pacífica durante los meses de febrero y marzo de 2023, a diferencia de lo ocurrido en la zona sur del país, donde las manifestaciones desembocaron en enfrentamientos y daños a la propiedad pública. En Piura, diversos grupos como colectivos, comunidades, rondas campesinas y juntas vecinales se sumaron a estas protestas, aunque no tuvieron un

impacto significativo en las actividades socioeconómicas de la ciudad (La República, 2023).

Un total de 1 millón 432 mil 214 ciudadanos estuvieron habilitados para votar en la región Piura, de los cuales 39 mil 373 fueron jóvenes quienes ejercieron su derecho al voto en las últimas elecciones municipales y regionales del 2022 (RENIEC, 2022). Burgos (2019) señala que la participación política de los jóvenes en la región Piura es escasa (5.9%) y el acceso a la educación no ha incrementado la participación política de los jóvenes. Siendo la razón principal del alejamiento de la política y la militancia partidaria, la profunda desconfianza que sienten. “La opinión general que los jóvenes tienen sobre la política, es que la identifican con el interés personal de los políticos, con el robo y la corrupción” (Burgos, 2019, p. 192).

La Universidad Nacional de Piura (UNP), fundada en la ciudad del mismo nombre hace más de 60 años, alberga una población estudiantil de alrededor de 10 mil estudiantes, distribuidos en 14 facultades. Como consecuencia de la pandemia de la COVID-19, los estudiantes, al igual que sus pares a nivel nacional, retomaron gradualmente las clases presenciales a partir del primer semestre de 2023.

Asimismo, los estudiantes de la Escuela de Comunicación de la UNP utilizan activamente Facebook como su principal recurso para obtener información, establecer relaciones y entretenerse (Morocho, 2019). En relación al involucramiento político de los estudiantes universitarios, este ha sido limitado en los años previos a la pandemia, con pocos eventos de manifestación política, los cuales generalmente estuvieron vinculados con la transparencia en la elección de autoridades académicas.

Durante y después de la pandemia de la COVID-19, este bajo nivel de involucramiento se prolongó, con una representación mínima en marchas nacionales tanto en 2020 como en los años posteriores. Como resultado, esta falta de involucramiento político contribuye a la disminución del interés y la responsabilidad electoral, así como al aumento de la corrupción y el rechazo hacia el ámbito político, lo que finalmente agudiza la crisis política actual.

Para contextualizar la presente investigación, es importante señalar que se tomó como referencia investigaciones internacionales sobre las variables de análisis que orientaron esta investigación:

Por ejemplo, Lee (2020) dentro contexto electoral en Taiwán desarrolló un modelo de investigación basado en el Modelo de Adopción Tecnológica (TAM), explorando la relación entre los determinantes del uso de las redes sociales y el

involucramiento político de los votantes jóvenes. Este modelo incluyó variables clave como el involucramiento político, definido como la importancia y atractivo personal que la política tiene para los votantes. También incorporó variables como la actitud y la confianza. Los resultados indicaron que fortalecer las actitudes de los votantes y aumentar la confianza en sus decisiones requiere considerar la pertenencia y el esfuerzo asociados al uso de una red social específica. “Los hallazgos indican que la relación entre los determinantes del uso de los sitios de redes sociales, la actitud y la confianza de los votantes está mediada a través del involucramiento de los votantes en la política” (p. 6).

De manera similar en el estudio de Sánchez-Villar, Bigné y Aldás-Manzano (2017) se evaluó la influencia de los blogs en línea en el activismo político, centrándose en factores del sitio web como la utilidad percibida, la confianza percibida y la calidad de la información percibida. El TAM se consideró relevante para explicar por qué un blog se percibe como una fuente válida de información y es completamente adoptado por un individuo. Los resultados destacaron que la utilidad percibida del blog influye en el conocimiento político subjetivo y en el involucramiento político. Sin embargo, la relación entre la confianza percibida en el blog y el involucramiento político no fue validada. Los investigadores concluyeron que el uso de blogs está vinculado a la participación política y al activismo.

Kollmann, Stöckmann y Kayser (2013) exploraron la relación entre la participación política y el uso de Facebook, centrándose en usuarios en edad de votar. Su encuesta en línea buscó entender si factores de motivación intrínseca podrían modular la motivación externa para utilizar Facebook como herramienta innovadora en la participación política. Los resultados revelaron que el disfrute percibido disminuye la conexión entre la utilidad percibida y la intención de uso, sugiriendo que quienes valoraron más la diversión podrían ver la utilidad como desventajosa para el uso político de Facebook. Además, se encontró que los beneficios interpersonales esperados y la retroalimentación moderaron “positivamente la relación entre la utilidad percibida y la intención de uso” (p. 319).

En función a la relación entre los medios de comunicación y los niveles de desafección y apatía por la política. Pinkleton y Austin (2001) desarrollaron el concepto de involucramiento político como el grado de participación o interés que las personas tienen en asuntos políticos. Consideraron al involucramiento como un término catalizador, un punto de entrada para la búsqueda de información y al proceso de toma

de decisiones. Señalaron que a medida que aumenta el involucramiento aumenta el uso de fuentes de información. Concluyeron que las personas políticamente comprometidas tienden a dar más importancia a estas fuentes y a vincularlo con su sensación de eficacia en la política, sugiriendo que quienes consideran que estos medios son relevantes también "sientan que pueden marcar una diferencia en el sistema político" (p.330).

Al término de lo descrito, los hallazgos obtenidos en este estudio representan un punto de partida importante para la formulación de estrategias que se fundamenten en los factores determinantes del uso de las redes sociales, buscando así involucrar a los estudiantes en el ámbito político. Desde la perspectiva de la formación integral que proporciona la universidad, el incentivo de la participación política entre los jóvenes puede fomentar una ciudadanía más comprometida con su entorno y contribuir a un cambio generacional positivo en la esfera política.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura?

1.2.2. Problemas específicos

a) ¿Qué relación existe entre la necesidad de pertenencia y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura?

b) ¿Qué relación existe entre la facilidad de uso percibida y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la comunicación de la Universidad Nacional de Piura?

c) ¿Qué relación existe entre la utilidad percibida y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura?

d) ¿Qué relación existe entre el disfrute percibido y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura?

e) ¿Qué relación existe según sexo, entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura?

f) ¿Qué relación existe según edad, entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura?

g) ¿Qué relación existe según nivel de estudios, entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura?

h) ¿Qué relación existe según lugar de votación, entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura?

i) ¿Qué nivel de involucramiento político predomina en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

1.3.2. Objetivos específicos

a) Determinar la relación que existe entre la necesidad de pertenencia y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

b) Determinar la relación que existe entre la facilidad de uso percibida y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

c) Determinar la relación que existe entre la utilidad percibida y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

d) Determinar la relación que existe entre el disfrute percibido y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

e) Comparar según sexo, la relación que existe entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

f) Comparar según edad, la relación que existe entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

g) Comparar según nivel de estudios, la relación que existe entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

h) Comparar según lugar de votación, la relación que existe entre los determinantes de uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

i) Describir el nivel de involucramiento político que predomina en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

Existen relaciones directas y significativas entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

1.4.2. Hipótesis específicas

a) Existe relación directa y significativa entre la necesidad de pertenencia y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

b) Existe relación directa y significativa entre la facilidad de uso percibida y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

c) Existe relación directa y significativa entre la utilidad percibida y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

d) Existe relación directa y significativa entre el disfrute percibido y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

e) Según sexo, existe relación directa y significativa entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

f) Según edad, existe relación directa y significativa entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

g) Según nivel de estudios, existe relación directa y significativa entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

h) Según lugar de votación, existe relación directa y significativa entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

i) El nivel de involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura es medio.

1.5. Justificación

1.5.1. Justificación teórica

La justificación teórica de esta investigación motiva la reflexión científica sobre la necesidad de profundizar en la comprensión de los determinantes del uso de Facebook entre los jóvenes universitarios. Esta investigación se sustenta en la premisa de que el Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM), enriquecido con contribuciones de otros estudios relevantes, puede ofrecer una base más robusta y aplicable a la realidad política específica del país.

La adaptación del modelo TAM busca identificar y validar constructos específicos que influyen en el comportamiento de los usuarios de Facebook.

La elección del término "involucramiento político" como variable de estudio es fundamental, ya que este concepto ha sido ampliamente explorado, caracterizado y dimensionado en diversas investigaciones. Sin embargo, a nivel local, ha recibido poca atención en términos de estudios. Por tanto, su elección se justifica como una contribución importante para expandir el conocimiento en el campo de la comunicación, política y sociedad.

Los resultados obtenidos a través de la investigación proporcionan una valiosa evidencia empírica, permitiendo validar, refutar o ajustar el modelo propuesto.

1.5.2. Justificación práctica

La presente investigación resulta significativa. Tomando en cuenta que en las últimas elecciones municipales y regionales 2022, celebradas en la región Piura se

obtuvo el (77.301 %) de participación ciudadana (ONPE, 2022), Los resultados obtenidos, permiten establecer estrategias en el contexto de las redes sociales que arriben en un mayor involucramiento de los estudiantes con la política. Asimismo, los resultados presentan información valiosa al cuerpo docente de la Universidad Nacional de Piura para implementar contenidos dentro del currículo académico y, sobre todo, porque la unidad de análisis está constituida por estudiantes que posteriormente en su ejercicio profesional serán importantes actores sociales y líderes de opinión.

Además, dentro de un contexto social, la investigación confiere importancia por sus aportes a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de la Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), específicamente al objetivo N° 16 Paz, justicia e instituciones sólidas; teniendo en cuenta la importancia de promover los derechos humanos y la consolidación de la participación de los países en desarrollo en las instituciones de gobernabilidad mundial (PNUD, 2022).

1.6. Limitaciones

Para el muestreo de la investigación, se consideró el uso de dos cuestionarios como instrumentos de medición, lo que pudo introducir sesgos de deseabilidad social. “Al aplicar cuestionarios y escalas de actitudes se pueden presentar algunos sesgos por parte de los respondientes” (Hernández & Mendoza, 2018, p. 288).

Otra limitación identificada se relacionaba con la posibilidad de que los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UNP respondieran de manera favorable al involucramiento político, independientemente de sus verdaderos sentimientos o actitudes. Sin embargo, para abordar esta cuestión, se enfatizó a los encuestados la importancia de responder con sinceridad, garantizando el anonimato y asegurando que los datos recopilados se utilizarían únicamente para los fines del presente estudio.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1. Bases teóricas

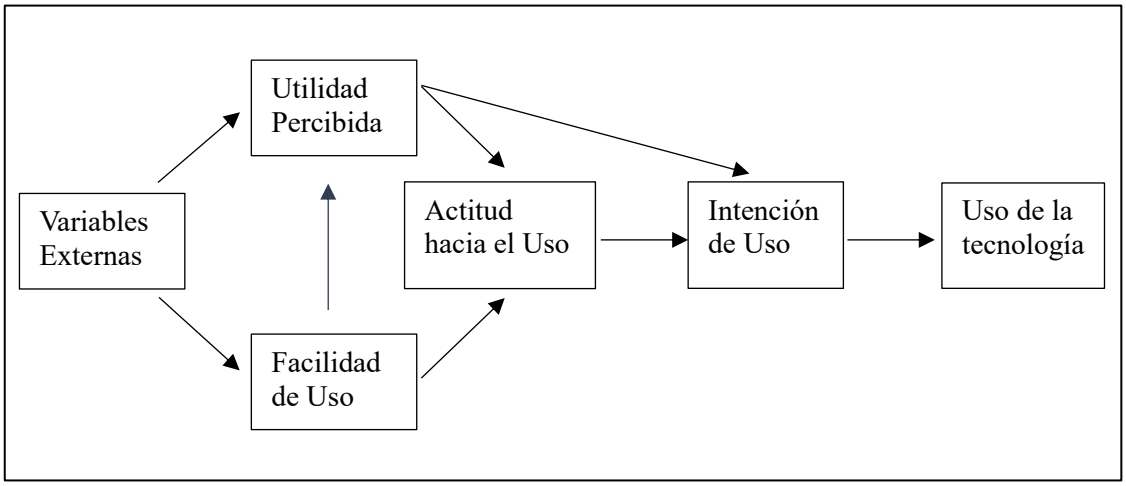
El Modelo de Aceptación Tecnológica que responde a las siglas de Technology Acceptance Model (TAM) fue propuesto por Fred Davis en 1989. Este modelo considera dos constructos clave; la utilidad percibida y la facilidad de uso percibida, los cuales se consideran determinantes en la adopción de tecnologías de la información (Davis, Bagozzi & Warshaw, 1989; Adams, Nelson, & Todd, 1992). El modelo propuesto por Davis se basa en la Teoría de la Acción Razonada (TRA) originada por el estudio de Ajzen y Fishbein en 1980 así como por la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB) por sus siglas en inglés, presentada posteriormente por los mismos autores Ajzen y Fishbein en 1985 (Kwon & Wen, 2010; Chen, Lu & Chen, 2011).

La Teoría de la Acción Razonada sugiere que los individuos son lo suficientemente racionales en sus actitudes y que las normas subjetivas influyen en su intención de comportamiento, lo cual está estrechamente relacionada con su comportamiento efectivo. Esta teoría ha sido valiosa para explicar la disposición de los usuarios a utilizar los sistemas de información (Kwon & Wen, 2010).

Considerando que la Teoría del Comportamiento Planificado es una extensión de la Teoría de la Acción Razonada, esta fue necesaria para suplir las limitaciones que presentaba el modelo original (Ajzen & Fishbein, 1985). Según la Teoría del Comportamiento Planificado, los determinantes de la intención conductual deberían incluir el control conductual percibido, así como la actitud y la norma subjetiva. La teoría también defiende que la intención del comportamiento tiene una alta correlación con el uso efectivo (Kwon & Wen, 2010; Miranda, Rubio, Chamorro & Correia, 2015; Chen, Lu & Chen, 2011).

Figura 1

Teoría de Aceptación Tecnológica (TAM)



Nota. Tomado de Davis (1989).

El modelo TAM de Davis (1989), representado en la Figura 1, postula que variables externas ejercen una influencia directa sobre la percepción de utilidad y facilidad de uso de una tecnología. Estos factores inciden directamente en la actitud del usuario hacia la tecnología, su intención de uso y su uso efectivo. Además, se observa que la facilidad de uso influye causalmente en la utilidad percibida, la cual, a su vez, impacta significativamente en la intención del usuario de utilizar un sistema de información específico.

El TAM ha ido evolucionando a través de las investigaciones de su autor dando origen a nuevas versiones y adaptaciones. Para Weerasinghe y Hindagolla (2018) el modelo TAM se ha revisado en muchos estudios para adaptarse a un contexto particular de la tecnología que se investiga, como por ejemplo en el ámbito de las redes sociales; “hay un progreso consistente en la identificación de nuevos factores que ejercen efectos significativos sobre las principales variables del TAM” (p.149).

2.2. Marco conceptual, definición de términos básicos o glosario

2.2.1. Determinantes del uso de Facebook

Según Davis (1989) los determinantes del uso son escalas de medición válidas para predecir la aceptación de un sistema de información por parte de los usuarios. Estos factores indican la intención de adoptar una nueva tecnología. Rauniar, Rawski, Yang y Johnson (2014) destacan que, a diferencia de las teorías previas que abordaban el comportamiento humano en términos generales, el TAM identifica las variables clave que influyen en la adopción tecnológica. Estas variables son de naturaleza general y

tienen la capacidad de explicar el comportamiento del usuario en una variedad amplia de tecnologías informáticas dirigidas a usuarios finales y diversas poblaciones de usuarios.

El TAM postula que las dos variables de creencia: La facilidad de uso percibida (PEOU) y la utilidad percibida (PU) son los principales determinantes en la intención de comportamiento del usuario hacia el uso de una tecnología (Weerasinghe & Hindagolla, 2018). Además, Lorenzo, Alarcón y Gómez (2011) sugieren que el Modelo de Aceptación de la Tecnología (TAM) es susceptible de ser extendido mediante la incorporación de nuevos constructos y en la literatura se encuentran diversas variables con las que se ha ampliado este modelo.

Dicho ello, esta investigación consideró a los determinantes del uso de Facebook como componentes clave que influyen en la intención del usuario de utilizar la plataforma. Estos determinantes actúan de manera independiente y condicionan el uso de la red social, siendo esenciales para comprender el comportamiento de los usuarios en este entorno digital.

2.2.2. Dimensiones de los determinantes del uso de Facebook

2.2.2.1. Necesidad de pertenencia.

Según Baumeister y Leary (1995) la necesidad de pertenencia es una motivación humana fundamental, reflejada en “el deseo básico de formar lazos sociales” (p. 520). Este concepto es complementado por Nadkarni y Hofmann (2012), quienes a partir de los hallazgos en su investigación sobre los factores que contribuyen al uso de Facebook, proponen el modelo de doble factor. Sugieren que el uso de Facebook es motivado por dos necesidades principales: la necesidad de pertenecer y la necesidad de autopresentación. “La necesidad de pertenencia se define como el impulso intrínseco de conectar con otros y ganar aceptación social” (p. 245).

Seidman (2013) en base a las definiciones anteriores examina dos tipos de comportamientos relacionados con la pertenencia: búsqueda de información, que implica usar Facebook para conocer a otros usuarios; y usar Facebook para comunicarse con otros. Además, identifica dos motivos de pertenencia: búsqueda de aceptación y conexión/cuidado, que se refieren a conectarse con otros o brindar apoyo. Posteriormente, Lee (2020) integra la necesidad de pertenencia como uno de los determinantes del uso de las redes sociales en su modelo de investigación, junto con la facilidad de uso y la utilidad percibida.

2.2.2.2. La facilidad de uso percibida.

Es el término empleado como determinante fundamental de la aceptación del usuario con relación a las tecnologías de la información. “La facilidad de uso percibida se define como el grado en que una persona cree que usar un sistema en particular sería libre de esfuerzo” (Davis, 1989, p.320). Además, se plantea la creencia de que sería sencillo adquirir conocimientos para utilizar la tecnología o el sistema de información (Kwon & Wen, 2010). Dentro del ámbito de esta investigación, la facilidad de uso percibida se refiere a cómo los estudiantes universitarios perciben la facilidad con la que pueden navegar en Facebook para acceder y compartir información política.

2.2.2.3. La utilidad percibida.

Es el constructo definido como “el grado en que una persona cree que usar un sistema en particular mejoraría su desempeño laboral" (Davis, 1989, p.320). Se refiere a la convicción de que la tecnología o el sistema de información seleccionado asistirá al usuario en la ejecución más eficiente de sus tareas. (Kwon & Wen, 2010).

En el contexto de esta investigación, la utilidad percibida se refiere a la percepción de los estudiantes universitarios sobre cómo el uso de Facebook podría contribuir a su participación política, ya sea facilitando el acceso a información relevante, proporcionando espacios para la expresión de opiniones políticas o fomentando la interacción con otros actores políticos en línea.

2.2.2.4. Disfrute percibido.

Davis, Bagozzi y Warshaw (1992) incorporaron el concepto de disfrute en sus investigaciones sobre las intenciones de uso de una tecnología. Lo definieron como el nivel en el cual la actividad de utilizar un sistema de información se percibe como agradable en sí misma, independientemente de las consecuencias de rendimiento que puedan anticiparse. La noción de disfrute está asociada con la sensación de placer experimentada al utilizar una tecnología específica.

Siguiendo esta línea, Kollmann, Kayser y Stöckmann (2013) refieren que el disfrute da cuenta de los aspectos emocionales no recogidos por la utilidad percibida o la facilidad de uso percibida, asociados a la experiencia intrínsecamente placentera del uso de la web. El disfrute percibido “es el flujo positivo de la experiencia mientras se actúa” (p. 314).

Para esta investigación, se mantiene el significado de este constructo y se vincula específicamente al uso de Facebook.

2.2.3. Involucramiento político

Es el término estudiado ampliamente por Pinkleton (1998) y por Pinkleton, Austin, Zhou, Willoughby y Reiser (2012) argumentan que el involucramiento es la percepción individual sobre la relevancia de un tópico o el nivel de interés en un tema de elección. El involucramiento está dentro de un grupo de variables que la audiencia aporta a la situación de recepción, que afectan el impacto del mensaje y a su vez a la toma de decisiones.

Pinkleton (1998) puntualiza que la relevancia y la importancia personal son fundamentales para aumentar el compromiso del receptor con un mensaje. Es importante destacar que el compromiso no es generado por el mensaje en sí mismo, sino que el mensaje aprovecha el compromiso preexistente de una persona.

Coinciden Sánchez-Villar, Bigné y Aldás-Manzano (2017) cuando definen el termino involucramiento político como "el grado en que los ciudadanos establecen los asuntos políticos como una parte relevante de sus vidas, es decir, un tema importante, significativo e interesante" (p. 107).

Complementando lo descrito en investigaciones anteriores, Hamid, Abror, Anwar y Hartati (2022) en su estudio del rol de las redes sociales en el involucramiento político de los millennials, apuntan a que el involucramiento político se evidencia en la disposición de las personas para implicarse en actividades políticas. Sostienen además que esta implicación con la política depende de la información que hayan obtenido de varias fuentes fiables.

Por tanto, involucramiento político se conceptualiza como el interés, relevancia e importancia que una persona asume por un determinado periodo de tiempo en referencia a la política y se manifiesta a través de la búsqueda de información en medios de comunicación como la televisión, radio, diarios impresos, internet y/o redes sociales, para la obtención de conocimiento que le permita al individuo participar y tomar decisiones políticas, por lo general dentro de un contexto electoral. En el marco de esta investigación, se adapta específicamente al uso de Facebook como medio para dicho involucramiento político.

2.2.4. Dimensiones de involucramiento político

2.2.4.1. Involucramiento político a largo plazo o personal.

Pinkleton (1998) elaboró una taxonomía donde clasificó el involucramiento en dos tipos según la duración del interés. El involucramiento puede reflejar un interés continuo, a largo plazo generalmente denominado involucramiento duradero; o un interés a corto plazo llamado involucramiento situacional.

Conforme aumenta la participación de los ciudadanos en los asuntos públicos, no solo se comprometen en la búsqueda de información pertinente, sino que también experimentan una mejora en la adquisición de conocimientos y en su eficacia interna (Zhou & Pinkleton, 2012).

Por tanto, involucramiento político a largo plazo o personal; refiere al interés inherente sobre la política como tema de importancia para una persona, siendo personalmente relevante.

2.2.4.2. Actitud hacia el voto.

En política, cada persona determina su actitud como ciudadano. La actitud es un componente importante que no se puede eliminar en cada individuo. Para Ajzen y Fishbein (1977) las actitudes se mantienen con respecto a algún aspecto del mundo del individuo, tal como otra persona, un objeto físico, una conducta o una política; argumentaron que "la actitud de una persona hacia un objeto influye en el patrón general de sus respuestas hacia el objeto" (p. 888). Barki y Hartwick (1994) describen la actitud como un estado mental que muestra la valoración afectiva o el juicio de una persona hacia un objeto o acontecimiento. Cuillier y Pinkleton (2011) señalan que las opiniones sobre la política se manifiestan principalmente a través de la forma más básica de participación política: el acto de votar.

2.2.4.3. Confianza en sus decisiones.

O'Cass y Pecotich (2005) describen el término confianza como "un componente cognitivo que refleja el nivel de convicción y certeza que se tiene de una creencia" (p. 409). Además, señalan que la búsqueda de información es un paso esencial para el desarrollo del conocimiento subjetivo, con el propósito fundamental de incrementar la confianza y mitigar el riesgo en el ámbito electoral.

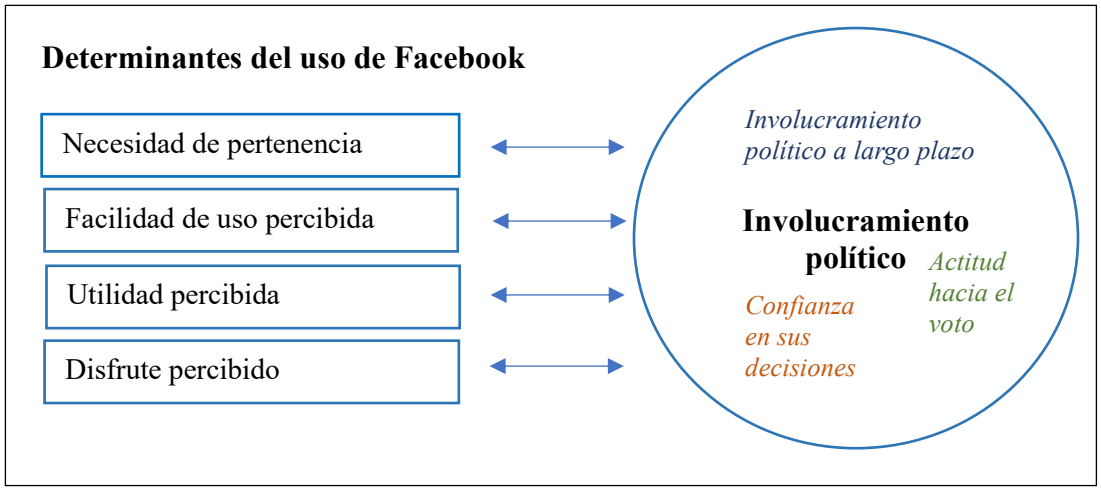
Para los fines de su investigación, Lee (2020) define a la confianza de los votantes como "el grado en el que los votantes creen en su capacidad" de tomar la decisión correcta y seleccionar un partido o candidato adecuado" (p. 02).

Por tanto, para esta investigación "la confianza en sus decisiones" es entendida como el nivel de convicción, certeza y creencia que una persona tiene en su capacidad para tomar la decisión correcta al seleccionar un partido político o candidato adecuado.

2.2.5. Propuesta del modelo de investigación

Figura 2

Estructura del modelo de investigación



Sobre la base del modelo de determinantes del uso de las redes sociales planteado por Lee (2020). Para esta investigación se propuso un modelo adaptado al contexto analizado (Figura 2), que resalta como objeto de estudio la relación que existe entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

Para esta investigación se consideraron como determinantes del uso de la red social Facebook: La necesidad de pertenencia, la facilidad de uso percibida, la utilidad percibida y el disfrute percibido. En cuanto al involucramiento político se consideraron como dimensiones del constructo: involucramiento político a largo plazo, actitud hacia voto y la confianza en sus decisiones.

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA

3.1. Enfoque, nivel y diseño de la investigación

3.1.1 Enfoque de investigación

El estudio aplicó un enfoque cuantitativo. Siguió un modelo que implicó el uso de una encuesta como instrumento para recopilar datos de medición cuantitativa. Para Hernández y Mendoza (2018) los planteamientos cuantitativos del problema pueden dirigirse a varios propósitos y siempre existe la intención de estimar magnitudes o cantidades y generalmente de probar hipótesis y teoría (p.40).

3.1.2 Nivel de investigación

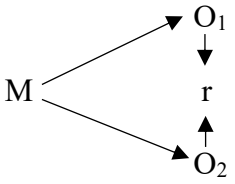
La investigación fue de nivel correlacional. Hernández y Mendoza (2018, p.109) señalan que estos estudios buscan "conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto particular" (p.109). El presente estudio buscó determinar la relación existente entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político. Tamayo (2003) resalta que este tipo de estudios persigue "determinar el grado en que unos o varios factores son concomitantes y que la existencia y fuerza de esta covariación normalmente se determina estadísticamente por medio de coeficientes de correlación" (p.50).

3.1.3 Diseño de la investigación

Se aplicó el diseño no experimental, de corte transversal y tipo descriptivo correlacional. En los diseños no experimentales, según Arias y Covinos (2021) las variables no se someten a condiciones específicas, y los sujetos de estudio son evaluados en su entorno natural sin manipular ninguna situación. Hernández y Mendoza

(2018) explican que los diseños correlacionales transversales son eficaces para establecer relaciones entre varias variables en un momento específico y en un contexto determinado.

Para esta investigación se utilizó el siguiente esquema:



Donde:

M: Estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UNP.

O_1:Determinantes del uso de Facebook.

O_2: Involucramiento político.

r: Correlación.

3.2. Unidad de análisis

La investigación tomó como unidad de análisis a los estudiantes universitarios de la carrera Ciencias de la Comunicación de pregrado de la Universidad Nacional de Piura. La unidad de análisis "es aquel objeto de estudio de quien se producen los datos o la información para el análisis del estudio" (Arias & Covinos, 2021, p.118).

3.3. Población

La población de la investigación estuvo conformada por 200 estudiantes de pregrado de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. Roldan y Fachelli (2017) explican que las poblaciones comprenden todos los elementos que conforman el ámbito de interés analítico, sobre el cual se busca inferir conclusiones del análisis, ya sea de manera estadística, sustantiva o teórica. Para esta investigación se optó por trabajar con la totalidad de la población debido al acceso completo que se tuvo a ellos.

Criterios de inclusión

- Se incluyeron a todos los estudiantes de Ciencias de la Comunicación registrados en la base de datos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura para el año 2023.

Criterios de exclusión

- Se excluyeron a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación que se no se encontraron matriculados y asistentes a clases en el semestre 2023-1.
- Se excluyeron a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación que pertenezcan al postgrado.

Esta investigación trabajó con el total de la población, ya que se tuvo acceso total a los estudiantes teniendo en cuenta los criterios de inclusión y exclusión anteriormente mencionados.

Tabla 1

Distribución de la población

Semestre Académico	Hombres	Mujeres	Subtotal
1	19	33	52
3	21	41	62
5	14	19	33
7	7	22	29
9	11	13	24
Total			200

3.4. Identificación de variables

Variable 1: Determinantes del uso de Facebook

Los determinantes del uso son factores de medición del comportamiento con respecto a la intención de uso de los usuarios en referencia a una tecnología de la información, en este caso las redes sociales, específicamente Facebook.

Dimensiones:

D_1 Necesidad de pertenencia

D_2 Facilidad de uso percibida

D_3 Utilidad percibida

D_4 Disfrute percibido

Variable 2: Involucramiento político

Involucramiento político es grado de interés, relevancia e importancia que una persona asume con respecto a la política.

Dimensiones:

D_1 Involucramiento político a largo plazo o personal

D_2 Actitud hacia el voto

D_3 Confianza en sus decisiones

3.5. Operacionalización de variables

Se muestra a continuación un cuadro que contiene la operacionalización de las variables.

Tabla 2

Operacionalización de las variables

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Determinantes del uso de Facebook (Davis, 1989). Son factores que indican la intención de adoptar una nueva tecnología.	Necesidad de pertenencia (Seidman, 2013). la importancia que las personas le otorgan a ser amadas y aceptadas en la sociedad.	Búsqueda de aceptación (Seidman, 2013).	1.Quiero que los demás acepten mis opiniones políticas en Facebook. 4.Me esfuerzo por discutir cuestiones políticas con mis amigos en Facebook.
		Conexión (Seidman, 2013).	2. Mis sentimientos se hieren fácilmente cuando siento que los demás no aceptan mis opiniones políticas en Facebook. 5.Creo que cualquier información política en Facebook es más significativa cuando se comparte con un amigo.
		Búsqueda de aceptación/Conexión (Seidman, 2013).	3.No me gusta que mi opinión política quede aislada en Facebook.
	Facilidad de uso percibida (Davis, 1989). Es el grado en que una persona cree que usar un sistema	Facilidad de aprendizaje (Davis, 1989).	6.Aprender a navegar en Facebook para encontrar información política me resultó fácil.
		Esfuerzo mental (Davis, 1989).	7.Visitar Facebook para obtener información política no requiere mucho esfuerzo mental

	en particular sería libre de esfuerzo.	Confuso (Davis, 1989).	8.Rara vez me confundo cuando encuentro información política en Facebook.
		Esfuerzo por ser hábil (Davis, 1989).	9.Rara vez cometo errores al buscar información política en Facebook.
		Flexible (Davis, 1989).	10.Encuentro que Facebook es flexible para buscar y compartir información política.
	Utilidad percibida (Davis, 1989). Es el nivel de convicción que tiene una persona respecto a que el uso de un sistema específico mejoraría su rendimiento.	Utilidad (Davis, 1989).	11.El uso de Facebook para obtener información política me resulta útil para formarme una opinión política.
		Ahorro de tiempo (Davis, 1989).	12.El uso de Facebook me ahorra tiempo a la hora de obtener información política.
		Trabajo más rápido (Davis, 1989).	13.Facebook me permite debatir sobre temas políticos más rápidamente.
		Eficacia (Davis, 1989).	14.Utilizar Facebook para obtener información política me permite formarme una opinión política más eficazmente.
		Control (Davis, 1989).	15. El uso de Facebook me da un mayor control para expresar mi opinión política.
	Disfrute percibido (Davis, Bagozzi & Warshaw 1992). Es el grado en que la actividad de utilizar un sistema de información se percibe como agradable por sí misma, al margen del rendimiento que pueda esperarse.	Utilizar sería agradable/ desagradable (Davis, Bagozzi & Warshaw 1992).	16.Usar Facebook para obtener información política me resulta agradable.
		Usar Facebook me gusta (Miranda, Rubio, Chamorro & Correia, 2015).	17. El uso de Facebook para expresar mi opinión política me gusta.
		Utilizar Facebook es una buena forma de emplear el tiempo libre (Miranda, Rubio, Chamorro & Correia, 2015).	18.Utilizar Facebook para obtener información política es una buena forma de emplear el tiempo.
		El contenido de Facebook y sus aplicaciones despiertan curiosidad (Miranda, Rubio, Chamorro & Correia, 2015).	19.El contenido de Facebook sobre política despierta mi curiosidad.

		Agradable (Davis, Bagozzi & Warshaw 1992).	20.Usar Facebook para obtener y discutir información política me hace sentir bien.
Involucramiento político Pinkleton (1998) Es el interés, relevancia e importancia que una persona asume en referencia a la política.	Involucramiento político a largo plazo o personal Pinkleton (1998) Es el interés continuo sobre la política.	Grado de Importancia (O'Cass & Pecotich, 2005).	1.La política siempre ha significado mucho para mí.
		Importancia (O'Cass & Pecotich, 2005).	2. Para mí la política siempre es importante.
		Relevancia (O'Cass & Pecotich, 2005).	3.La política siempre ha sido relevante para mí.
		Interés (O'Cass & Pecotich, 2005).	4.Mi interés por la política es continuo.
		Involucramiento (O'Cass & Pecotich, 2005).	5.Estoy completamente involucrado con la política.
		Búsqueda e interés en información política. (Austin, Van de Vord, Pinkleton, & Epstein, 2008).	6.Constantemente busco información sobre política.
			7.Me gusta siempre estar informado sobre política.
			8.Tengo interés continuo en la información política.
			9.Continuamente presto atención a la información sobre política.
	Actitud hacia el voto (Barki & Hartwick, 1994); (Pinkleton, Um & Weintraub, 2002). Es un estado psicológico que refleja la condición afectiva o juicio valorativo con respecto al acto de votar.	Importancia personal (Barki & Hartwick, 1994).	10.Votar en elecciones es una gran prioridad para mí.
		Relevancia personal (Barki & Hartwick, 1994).	11.Votar en elecciones es importante para mí.
		Sentimiento evaluativo (Barki & Hartwick, 1994).	12.Me sentiría culpable si no votara.
		Sentimiento afectivo (Barki & Hartwick, 1994).	13.Me gusta votar.
	Confianza en sus decisiones (O'Cass & Pecotich, 2005). Es el grado en que los votantes creen en su capacidad para tomar la decisión correcta.	Centrarse en elegir el partido/político correcto (O'Cass & Pecotich, 2005).	14.Confío en que elijo el partido/político adecuado.
		Confianza en la capacidad para tomar la decisión correcta. (O'Cass & Pecotich, 2005).	15.Confío en mi capacidad para tomar una buena decisión política
			16.Confío en mi capacidad para decidir por quién votar.

3.6. Método, técnica e instrumento de recolección de datos

3.6.1. Técnica

De acuerdo con Tamayo (2003) la "técnica viene a ser un conjunto de mecanismos, medios y sistemas de dirigir, recolectar, conservar, reelaborar y transmitir

los datos" (p. 198). Para esta investigación, se empleó la técnica del censo, ya que permitió recolectar información de toda la población estudiantil de interés, garantizando la inclusión de todos los elementos del grupo y asegurando que los resultados sean representativos y completos, sin necesidad de recurrir a una muestra parcial.

3.6.2 Instrumento

Como instrumentos de recolección de datos se utilizaron dos cuestionarios:

a. Cuestionario de determinantes del uso de Facebook

Ficha técnica:

- Autor: Isabel Valdivieso Añazco, adaptado de Davis (1989), Lee (2020) y Miranda, Rubio, Chamorro y Correia (2015).
- Año: 2023.
- Mide: Los determinantes del uso de Facebook en referencia a su grado de involucramiento político.
- Dimensiones: Necesidad de pertenencia, facilidad de uso percibida, utilidad percibida y disfrute percibido.
- Ítems: 20 ítems, más 04 ítems de carácter informativo.
- Fecha de aplicación: julio de 2023.
- Lugar de aplicación: Aulas de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la UNP.
- Administración: Individual y colectiva, con 20 minutos máximo como límite de tiempo de entrega.
- Opciones de respuesta: Escala tipo Likert, con cinco opciones: (1) Muy en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo, (4) De acuerdo y (5) Muy de acuerdo.
- Calificación: Puntuación directa.

Validez:

La validez subjetiva o de contenido del instrumento se realizó por criterio de cinco expertos, aplicando para el análisis estadístico la prueba el coeficiente V de Aiken. Como resultado, todos los coeficientes V de Aiken fueron iguales a 1 con valores p de .031, menores que .05. Por tanto, se afirma que los instrumentos poseen validez de contenido específica por expertos, por lo que todos los ítems son válidos (ver anexo); se

concluyó que el cuestionario de determinantes del uso de Facebook es válido con evidencia de validez de contenido.

La validez del constructo del instrumento se realizó mediante una muestra piloto a 30 estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Nacional de Piura, la verificación estadística se realizó con el coeficiente de correlación r de Pearson corregida ítem–total. Los resultados reportaron coeficientes superiores a .2, entre .225 del ítem Fac7 y .839 del ítem Uti12 del instrumento, por lo que todos los ítems son válidos (ver anexo). Se concluyó que el cuestionario de determinantes de uso de Facebook es válido con evidencia de validez de constructo.

Confiabilidad:

La confiabilidad del instrumento se realizó mediante la aplicación del instrumento a una muestra piloto de 30 estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Nacional de Piura. Al procesarse estadísticamente, el coeficiente de consistencia interna alfa de Cronbach reportó el valor de .890 (ver anexo); con base en el resultado, se concluyó que el cuestionario de determinantes del uso de Facebook es confiable.

b. Cuestionario de involucramiento político

Ficha técnica

- Autor: Isabel Valdivieso Añazco, adaptado de Lee (2020), Pinkleton (1998).
- Año: 2023.
- Mide: El involucramiento político y sus dimensiones.
- Dimensiones: Involucramiento político a largo plazo o personal, actitud hacia el voto, confianza en sus decisiones.
- Ítems: 16 ítems, más 01 ítem de autopercepción.
- Fecha de aplicación: julio de 2023.
- Lugar de aplicación: Aulas de Escuela de Ciencias de la Comunicación de la UNP.
- Administración: Individual y colectiva, con 20 minutos máximo como límite de tiempo de entrega.
- Opciones de respuesta: Escala tipo Likert, con cinco opciones: (1) Muy en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo, (4) De acuerdo y (5) Muy de acuerdo.

- Calificación: Puntuación directa.

Validez:

La validez subjetiva o de contenido del instrumento se realizó por criterio de cinco expertos, aplicando para el análisis estadístico la prueba el coeficiente V de Aiken. Como resultado, todos los coeficientes V de Aiken fueron iguales a 1 con valores p de .031, menores que .05, con los cuales se afirma que los instrumentos poseen validez de contenido específica por expertos. Por lo que todos los ítems son válidos (ver anexo); se concluyó que el cuestionario de determinantes del uso de Facebook es válido con evidencia de validez de contenido.

La validez del constructo del instrumento se realizó mediante una muestra piloto a 30 estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Nacional de Piura, la verificación estadística se realizó con el coeficiente de correlación r de Pearson corregida ítem–total. Los resultados reportaron coeficientes superiores a .2, entre .488 del ítem Act12 y .767 del ítem Inv7 del instrumento, por lo que todos los ítems son válidos (ver anexo); se concluyó que el cuestionario de involucramiento político es válido con evidencia de validez de constructo.

Confiabilidad:

La confiabilidad del instrumento se realizó mediante la aplicación del instrumento a una muestra piloto de 30 estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Nacional de Piura. Al procesarse estadísticamente, el coeficiente de consistencia interna alfa de Cronbach reportó el valor de .917 (ver anexo); con base en el resultado, se concluyó que el cuestionario de involucramiento político es confiable.

3.7. Procesamiento y análisis de datos

Técnicas de descripción de datos (Estadística Descriptiva)

Se aplicaron tablas simples y cruzadas de frecuencias, gráficos de barras, anillos y gráficos de coeficiente de asociación rho de Spearman.

Técnicas de contraste de hipótesis (Estadística Inferencial)

Se aplicó la prueba Z de Gauss para la significancia del coeficiente de asociación rho de Spearman para las hipótesis específicas de la 1 a la 8. Para la hipótesis específica

9 se realizó con la función de probabilidad Z de Gauss para la proporción de éxitos en muestras grandes (n > 50), al 95% de confianza estadística. Instrumentos: Programas estadísticos Minitab versión 21 y SPSS versión 27, y Microsoft Excel 365.

3.8. Aspectos éticos

Las encuestas fueron administradas de manera discrecional, asegurando el anonimato de los encuestados. Además, se obtuvo el consentimiento del director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura para llevar a cabo la investigación. Se respetaron rigurosamente los principios éticos al atribuir adecuadamente las fuentes citadas según las normas APA en la elaboración y redacción del estudio. Asimismo, se mantuvo un enfoque ético y objetivo en el manejo e interpretación de los datos recopilados.

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSION

4.1. Resultados

4.1.1. Caracterización general de los estudiantes

Tabla 3

Características generales de los estudiantes (n = 200)

Variable	Categorías	Estudiantes	%
Sexo	Femenino	128	64.0
	Masculino	72	36.0
Edad (años)	< 19	75	37.5
	19 a 21	84	42.0
	> 21	41	20.5
Nivel de estudios	Básico	114	57.0
	Intermedio	62	31.0
	Avanzado	24	12.0
Lugar de votación	En Piura	183	91.5
	Fuera de Piura	17	8.5

Los estudiantes involucrados en la investigación se caracterizan por ser predominantemente mujeres (128: 64%), tener de 19 a 21 años (84, 42%), cursar el nivel básico de estudios (114, 57%) y votar en la ciudad Piura (183, 91.5%).

4.1.2. Análisis de los determinantes del uso de Facebook

Tabla 4

Respuestas a los ítems de los determinantes del uso de Facebook (n = 200)

Ítem	Respuesta				
	MeD	**EnD**	**nAD**	**DeA**	**MdA**
Necesidad de pertenencia					
1. Quiero que los demás acepten mis opiniones políticas en Facebook.	6%	15%	38.5%	32%	8.5%
2. Mis sentimientos se hieren fácilmente cuando siento que los demás no aceptan mis opiniones políticas en Facebook.	28.5%	33%	22.5%	13.5%	2.5%
3. No me gusta que mi opinión política quede aislada en Facebook.	8%	17.5%	31%	39%	4.5%
4. Me esfuerzo por discutir cuestiones políticas con mis amigos en Facebook.	16%	31%	32.5%	19%	1.5%
5. Creo que cualquier información política en Facebook es más significativa cuando se comparte con un amigo.	5.5%	16%	30.5%	40.5%	7.5%
Facilidad de uso percibida					
6. Aprender a navegar en Facebook para encontrar información política me resultó fácil.	4.5%	13.5%	22%	48.5%	11.5%
7. Visitar Facebook para obtener información política no requiere mucho esfuerzo mental.	1%	19%	29.5%	41.5%	9%
8. Rara vez me confundo cuando encuentro información política en Facebook.	5%	17.5%	34%	39.5%	4%
9. Rara vez cometo errores al buscar información política en Facebook.	4.5%	21.5%	33%	38%	3%
10. Encuentro que Facebook es flexible para buscar y compartir información política.	2%	10.5%	25.5%	50%	12%
Utilidad percibida					
11. El uso de Facebook para obtener información política me resulta útil para formarme una opinión política.	5.5%	17.5%	26.5%	43%	7.5%
12. El uso de Facebook me ahorra tiempo a la hora de obtener información política.	3%	14%	35%	38.5%	9.5%
13. Facebook me permite debatir sobre temas políticos más rápidamente.	4%	16.5%	31%	40.5%	8%
14. Utilizar Facebook para obtener información política me permite formarme una opinión política más eficazmente.	10.5%	18.5%	36%	32%	3%
15. El uso de Facebook me da mayor control para expresar mi opinión política.	6%	11.5%	40.5%	34.5%	7.5%

Disfrute percibido					
16. Usar Facebook para obtener información política me resulta agradable.	3.5%	18%	33%	38%	7.5%
17. El uso de Facebook para expresar mi opinión política me gusta.	4.5%	15.5%	34%	41.5%	4.5%
18. Utilizar Facebook para obtener información política es una buena forma de emplear el tiempo.	5.5%	17%	41.5%	32%	4%
19. El contenido de Facebook sobre política despierta mi curiosidad.	4.5%	13%	33.5%	40.5%	8.5%
20. Usar Facebook para obtener y discutir información política me hace sentir bien.	7.5%	17%	49%	23.5%	3%

Nota. MeD: Muy en desacuerdo, EnD: En desacuerdo, nAD: Ni de acuerdo ni en desacuerdo, DeA: De acuerdo, MdA: Muy de acuerdo

Los estudiantes responden a los ítems de la necesidad de pertenencia de manera predominante, con las opciones "de acuerdo" a los ítem 3 (No me gusta que mi opinión política quede aislada en Facebook) con el 39% y 5 (Creo que cualquier información política en Facebook es más significativa cuando se comparte con un amigo) con el 40.5%, "ni de acuerdo ni en desacuerdo" a los ítems 1 (Quiero que los demás acepten mis opiniones políticas en Facebook) con el 38.5% y 4 (Me esfuerzo por discutir cuestiones políticas con mis amigos en Facebook) con el 32.5%, y "en desacuerdo" al ítem 2 (Mis sentimientos se hieren fácilmente cuando siento que los demás no aceptan mis opiniones políticas en Facebook) con el 33%.

Asimismo, para los ítems de la facilidad de uso percibida, la respuesta más frecuente es "de acuerdo", entre 38% del ítem 9 (Rara vez cometo errores al buscar información política en Facebook) y 50% del ítem 10 (Encuentro que Facebook es flexible para buscar y compartir información política).

A los ítems de la utilidad percibida, las respuestas de mayor frecuencia son "de acuerdo" a los ítems 11, 12 y 13, entre 38.5% del ítem 12 (El uso de Facebook me ahorra tiempo a la hora de obtener información política) y 43% del ítem 11 (El uso de Facebook para obtener información política me resulta útil para formarme una opinión política), y "ni de acuerdo ni en desacuerdo" a los ítems 14 (Utilizar Facebook para obtener información política me permite formarme una opinión política más eficazmente) con el 36% y 15 (El uso de Facebook me da mayor control para expresar mi opinión política) con el 50.5%.

De igual forma a los ítems del disfrute percibido, las respuestas más frecuentes son “de acuerdo” a los ítems 16, 17 y 19, entre 38% del ítem 16 (Usar Facebook para obtener información política me resulta agradable) y 41.5% del ítem 17 (El uso de Facebook para expresar mi opinión política me gusta), y “ni de acuerdo ni en desacuerdo” a los ítems 18 (Utilizar Facebook para obtener información política es una buena forma de emplear el tiempo) con el 41.5% y 20 (Usar Facebook para obtener y discutir información política me hace sentir bien) con el 49%.

Tabla 5

Nivel de los determinantes del uso de Facebook (n = 200)

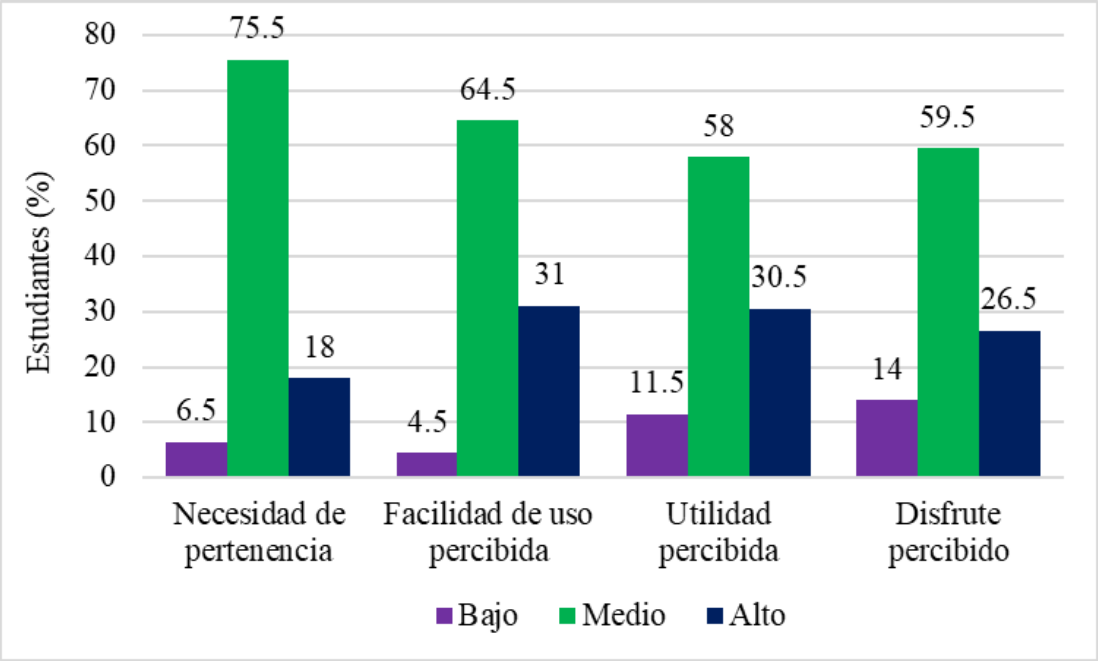
Dimensión	Nivel					
	Bajo		Medio		Alto	
	f	%	f	%	f	%
Necesidad de pertenencia	13	6.5	151	75.5	36	18.0
Facilidad de uso percibida	9	4.5	129	64.5	62	31.0
Utilidad percibida	23	11.5	116	58.0	61	30.5
Disfrute percibido	28	14.0	119	59.5	53	26.5

Nota. f: frecuencia absoluta

El nivel predominante de los determinantes de uso de Facebook de los estudiantes es medio, entre 58% (utilidad percibida) y 75.5% (necesidad de pertenencia), seguido del nivel alto, entre 18% (necesidad de pertenencia) y facilidad de uso percibida (31%), y nivel bajo, entre 4.5% (facilidad de uso percibida) y 14% (disfrute percibido), (Tabla 5 y Figura 3).

Figura 3

Nivel de los determinantes del uso de Facebook



4.1.3.Análisis del involucramiento político

Tabla 6

Respuestas a los ítems del involucramiento político (n = 200)

Item	Respuesta				
	MeD	**EnD**	**nAD**	**DeA**	**MdA**
Involucramiento personal					
1. La política siempre ha significado mucho para mí.	8.5%	31.5%	36.5%	19.5%	4%
2. Para mí la política siempre es importante.	3.5%	7%	31.5%	50.5%	7.5%
3. La política siempre ha sido relevante para mí.	4.5%	22%	37%	31.5%	5%
4. Mi interés por la política es continuo.	6.5%	29%	40%	22%	2.5%
5. Estoy completamente involucrado con la política.	17%	38%	36%	8%	1%
6. Constantemente busco información sobre política.	10%	29%	40.5%	17.5%	3%
7. Me gusta siempre estar informado sobre política.	3%	20.5%	36.5%	35.5%	4.5%
8. Tengo interés continuo en la información política.	5.5%	27%	38%	26.5%	3%
9. Continuamente presto atención a la información sobre política.	3.5%	17%	35.5%	39.5%	4.5%

Actitud hacia el voto					
10. Votar en elecciones es una gran prioridad para mí.	0.5%	5%	17.5%	49.5%	27.5%
11. Votar en elecciones es importante para mí.	0.5%	5%	16%	50.5%	28%
12. Me sentiría culpable si no votara.	3%	12%	24%	37%	24%
13. Me gusta votar.	1%	7%	35.5%	39%	17.5%
Confianza en sus decisiones					
14. Confío en que elijo el partido/político adecuado.	0.5%	11.5%	35%	40%	13%
15. Confío en mi capacidad para tomar una buena decisión política.	1%	6%	22.5%	54.5%	16%
16. Confío en mi capacidad para decidir por quién votar.	1%	5.5%	24%	52%	17.5%

Nota. MeD: Muy en desacuerdo, EnD: En desacuerdo, nAD: Ni de acuerdo ni en desacuerdo, DeA: De acuerdo, MdA: Muy de acuerdo

La respuesta más frecuente a la mayoría de los ítems del involucramiento personal (seis de nueve: 1, 3, 4, 6, 7 y 8) es "ni de acuerdo ni en desacuerdo", entre 36.5% de los ítems 1 (La política siempre ha significado mucho para mí), 7 (Me gusta siempre estar informado sobre política) y 40.5% del ítem 6 (Constantemente busco información sobre política), "de acuerdo" a los ítems 2 (Para mí la política siempre es importante) con el 50.5% y 9 (Continuamente presto atención a la información sobre política) con el 39.5%, y "en desacuerdo" del ítem 5 (Estoy completamente involucrado con la política) con el 38%.

Por su parte, la respuesta más destacada a los ítems de la actitud hacia el voto es "de acuerdo", entre 37% del ítem 12 (Me sentiría culpable si no votara) y 50.5% del ítem 11 (Votar en elecciones es importante para mí).

Asimismo, la respuesta más destacada a los ítems de la confianza en sus decisiones es "de acuerdo", entre 40% del ítem 14 (Confío en que elijo el partido/político adecuado) y 54.5% del ítem 15 (Confío en mi capacidad para tomar una buena decisión política).

Tabla 7

Nivel del involucramiento político (n = 200)

Dimensión	Nivel					
	Bajo		Medio		Alto	
	f	%	f	%	f	%
Involucramiento personal	46	23.0	126	63.0	28	14.0
Actitud hacia el voto	8	4.0	90	45.0	102	51.0
Confianza en sus decisiones	10	5.0	91	45.5	99	49.5
Total	13	6.5	139	69.5	48	24.0

Nota. f: frecuencia absoluta

El nivel predominante del involucramiento político de los estudiantes es medio con el 69.5%, seguido del nivel alto con el 24% y nivel bajo con el 6.5% (Tabla 7 y Figura 4). Asimismo, el nivel predominante del involucramiento personal es medio con el 63%, mientras que el nivel predominante de la actitud hacia el voto y la confianza en sus decisiones es alto con el 51% y 49.5%, respectivamente (Tabla 7 y Figura 5).

Figura 4

Nivel del involucramiento político

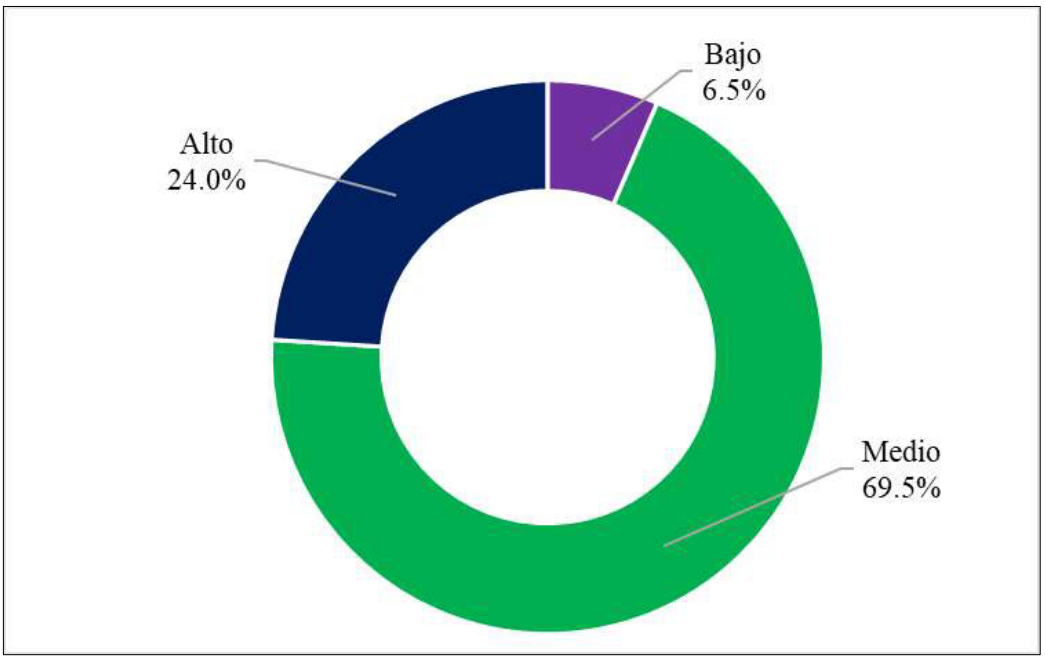
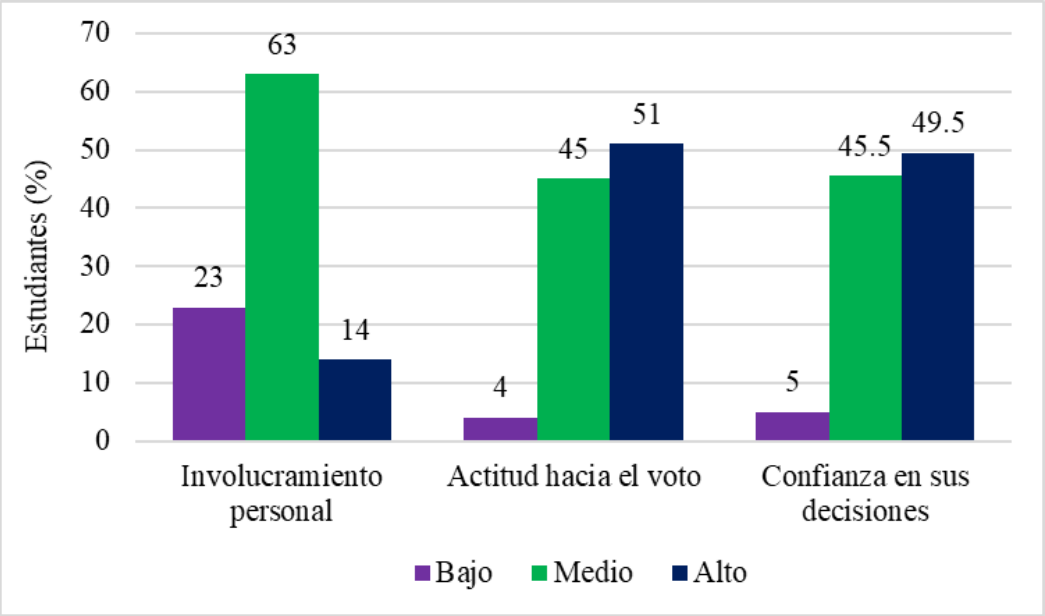


Figura 5

Nivel de las dimensiones del involucramiento político



4.1.4. Análisis de la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político

De acuerdo con el coeficiente de correlación por rangos rho de Spearman, la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político es positiva o directa, de muy baja (.01 a .19) a baja (.2 a .39), y altamente significativa (p <.001), entre .18 de utilidad percibida y .333 de necesidad de pertenencia.

Tabla 8

Coeficientes de correlación rho de Spearman entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político (n = 200)

Determinantes del uso de Facebook	Involucramiento político			Total
	Involucramiento personal	Actitud hacia el voto	Confianza en sus decisiones	
Necesidad de pertenencia	.345** (< .001)	.131* (.032)	.220** (< .001)	.333** (< .001)
Facilidad de uso percibida	.256** (< .001)	.090^{ns} (.101)	.160* (.012)	.223** (< .001)
Utilidad percibida	.182** (.005)	.162* (.011)	.177** (.006)	.180** (.005)

Disfrute percibido	.276** (< .001)	.253** (< .001)	.240** (< .001)	.295** (< .001)

Nota. (**): Altamente significativa (p < .01), (*): Significativa (p < .05), ns: No significativa (p > .05)

Asimismo, la relación entre los determinantes del uso de Facebook y las dimensiones del involucramiento político es directa, de muy bajas a bajas, y significativas (p < .05) o altamente significativas (p < .01), salvo la relación entre facilidad de uso percibida y actitud hacia el voto, entre .131 de necesidad de pertenencia y actitud hacia el voto y .345 de necesidad de pertenencia e involucramiento personal.

4.1.5. Análisis de la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político por sexo

Tabla 9

Coeficientes de correlación rho de Spearman entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político por sexo (n = 200)

Sexo y determinantes del uso de Facebook	**Involucramiento político**			**Total**
	Involucramiento personal	**Actitud hacia el voto**	**Confianza en sus decisiones**	
Femenino				
Necesidad de pertenencia	.354** (< .001)	.048^{ns} (.296)	.208** (.009)	.306** (< .001)
Facilidad de uso percibida	.253** (.002)	.066^{ns} (.229)	.214* (.008)	.223** (.006)
Utilidad percibida	.142^{ns} (.055)	.108^{ns} (.422)	.087^{ns} (.166)	.083^{ns} (.175)
Disfrute percibido	.228** (.005)	.160* (.035)	.151** (.045)	.219** (.007)
Masculino				
Necesidad de pertenencia	.314** (.004)	.244* (0.019)	.228* (.027)	.353** (.001)
Facilidad de uso percibida	.255** (.015)	.143^{ns} (.115)	.050^{ns} (.337)	.204* (.043)
Utilidad percibida	.248** (.018)	.371** (< .001)	.333** (.002)	.332** (.002)
Disfrute percibido	.367** (< .001)	.374** (< .001)	.423** (< .001)	.426** (< .001)

Nota. (**): Altamente significativa (p < .01), (*): Significativa (p < .05), ns: No significativa (p > .05)

En términos del coeficiente de correlación por rangos rho de Spearman, la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político de los estudiantes de sexo femenino y masculino es directa, de baja (.2 a .39) a media (.4 a .59), significativa o altamente significativa, salvo utilidad percibida en las mujeres, entre .204 de facilidad de uso percibida y .426 de disfrute percibido de los varones.

La relación entre los determinantes del uso de Facebook y las dimensiones del involucramiento político es directa, de muy baja a media, significativa o altamente significativa, con excepción de siete de las 24, entre .151 de disfrute percibido y confianza en sus decisiones en las mujeres y .423 de disfrute percibido y confianza en sus decisiones en los varones.

4.1.6. Análisis de la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político por edad

Tabla 10

Coeficientes de correlación rho de Spearman entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político por edad (n = 200)

Edad y determinantes del uso de Facebook	Involucramiento político			Total
	Involucramiento personal	Actitud hacia el voto	Confianza en sus decisiones	
Menos de 19				
Necesidad de pertenencia	.467** (< .001)	.068^{ns} (.562)	.195^{ns} (.094)	.380** (< .001)
Facilidad de uso percibida	.144^{ns} (.217)	0.058^{ns} (.624)	0.215^{ns} (.064)	.135^{ns} (.247)
Utilidad percibida	.070^{ns} (.553)	0.094^{ns} (.421)	0.198^{ns} (.089)	.113^{ns} (.333)
Disfrute percibido	.264* (.022)	0.151^{ns} (.197)	0.149^{ns} (.203)	.225 ^{ns} (.053)
19 a 21				
Necesidad de pertenencia	.391** (< .001)	.194^{ns} (.077)	.220* (.044)	.382** (< .001)
Facilidad de uso percibida	.378** (< .001)	.199^{ns} (.069)	.186^{ns} (.090)	0.356** (< .001)
Utilidad percibida	.303** (.005)	.168^{ns} (.128)	.118^{ns} (.284)	.231* (.035)
Disfrute percibido	.336** (.002)	.356** (< .001)	.282** (.009)	.367** (< .001)
Más de 21				

Necesidad de pertenencia	.142^{ns} (.375)	.196^{ns} (.219)	.280^{ns} (.076)	.239^{ns} (.132)
Facilidad de uso percibida	.340* (.030)	.074^{ns} (.647)	.059^{ns} (.715)	.265^{ns} (.094)
Utilidad percibida	.217^{ns} (.174)	.242^{ns} (.128)	.253^{ns} (.110)	.188^{ns} (.239)
Disfrute percibido	.217^{ns} (.173)	.275^{ns} (.082)	.282^{ns} (.074)	.214^{ns} (.179)

Nota. (**): Altamente significativa (p < .01), (*): Significativa (p < .05), ns: No significativa (p > .05)

En términos del coeficiente de correlación por rangos rho de Spearman, se aprecia que en los estudiantes de 19 a 21 años, la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político es directa, baja, significativa o altamente significativa, mientras que en los estudiantes menores de 19 años solo la relación entre necesidad de pertenencia e involucramiento político es directa, baja y altamente significativa, y en los estudiantes mayores de 21 años ninguna relación es significativa.

En los estudiantes de 19 a 21 años se observan algunas relaciones bajas, significativas o altamente significativas (siete de 12) entre los determinantes del uso de Facebook y las dimensiones del involucramiento político. En los estudiantes menores de 19 años se aprecia que únicamente la relación entre necesidad de pertenencia e involucramiento personal es directa, media y altamente significativa, mientras que en los estudiantes mayores de 21 años ninguna relación es significativa.

4.1.7. Análisis de la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político por nivel de estudios

Tabla 11

Coeficientes de correlación rho de Spearman entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político por nivel de estudios (n = 200)

Nivel de estudios y determinantes del uso de Facebook	**Involucramiento político**			**Total**
	Involucramiento personal	**Actitud hacia el voto**	**Confianza en sus decisiones**	
Básico				
Necesidad de pertenencia	.433** (< .001)	.105^{ns} (.265)	.193* (.040)	.383** (< .001)

Facilidad de uso percibida	.142^{ns} (.131)	.091^{ns} (.336)	.163^{ns} (.083)	.143^{ns} (.128)
Utilidad percibida	.176^{ns} (.062)	.110^{ns} (.242)	.185* (.048)	.174^{ns} (.064)
Disfrute percibido	.313** (< .001)	.268** (.004)	.221* (.018)	.327** (< .001)
Intermedio				
Necesidad de pertenencia	.295* (.020)	.123^{ns} (.341)	.216^{ns} (.092)	.274* (.031)
Facilidad de uso percibida	.561** (< .001)	.119^{ns} (.359)	.273* (.031)	.463** (< .001)
Utilidad percibida	.359** (.004)	.184^{ns} (.152)	.130^{ns} (.314)	.296* (.019)
Disfrute percibido	.323* (.010)	.239^{ns} (.061)	.213 ^{ns} (.096)	.303** (.017)
Avanzado				
Necesidad de pertenencia	.225^{ns} (.291)	.311^{ns} (0.139)	.418* (.042)	.254^{ns} (.230)
Facilidad de uso percibida	.033^{ns} (.878)	.077^{ns} (.721)	.170^{ns} (.427)	.021^{ns} (.923)
Utilidad percibida	.190^{ns} (.374)	.195^{ns} (.361)	.282^{ns} (.182)	.108^{ns} (.614)
Disfrute percibido	.056^{ns} (.795)	.281^{ns} (.183)	.445* (.030)	.158^{ns} (.461)

Nota. (**): Altamente significativa (p < .01), (*): Significativa (p < .05), ns: No significativa (p > .05)

En términos del coeficiente de correlación por rangos rho de Spearman, se aprecia que en los estudiantes del nivel intermedio, la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político es directa, baja o media, significativa o altamente significativa, mientras que en los estudiantes del nivel básico solo la relación entre necesidad de pertenencia y disfrute percibido con involucramiento político es directa, baja y altamente significativa, y en los estudiantes del nivel avanzado ninguna relación es significativa.

En los estudiantes del nivel intermedio se observan algunas relaciones bajas o medias, significativas o altamente significativas (cinco de 12) entre los determinantes del uso de Facebook y las dimensiones del involucramiento político. En los estudiantes del nivel básico también se aprecian algunas relaciones significativas o altamente significativas, muy bajas, bajas o medias (seis de 12), mientras que en los estudiantes del nivel avanzado se aprecia solo dos relaciones significativas, ambas medias.

4.1.8. Análisis de la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político por lugar de votación

Tabla 12

Coeficientes de correlación rho de Spearman entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político por lugar de votación (n = 200)

Lugar de votación y determinantes del uso de Facebook	Involucramiento político			Total
	Involucramiento personal	Actitud hacia el voto	Confianza en sus decisiones	
En Piura				
Necesidad de pertenencia	.338** (< .001)	.143^{ns} (.053)	.235* (.001)	.337** (< .001)
Facilidad de uso percibida	.247** (< .001)	.089^{ns} (.230)	.173* (.019)	.222** (.003)
Utilidad percibida	.166* (.025)	.158* (.033)	.181* (.014)	.165* (.026)
Disfrute percibido	.247** (< .001)	.254** (< .001)	.242** (< .001)	.273** (< .001)
Fuera de Piura				
Necesidad de pertenencia	.502* (.040)	.089^{ns} (.734)	.100^{ns} (.702)	.397^{ns} (.115)
Facilidad de uso percibida	.385^{ns} (.127)	.108^{ns} (.680)	.033^{ns} (.898)	.254^{ns} (.326)
Utilidad percibida	.412^{ns} (.100)	.289^{ns} (.260)	.271^{ns} (.293)	.431^{ns} (.084)
Disfrute percibido	.575* (.016)	.240^{ns} (.353)	.207 ^{ns} (.426)	.498* (.042)

Nota. (**): Altamente significativa (p < .01), (*): Significativa (p < .05), ns: No significativa (p > .05)

En base al coeficiente de correlación por rangos rho de Spearman, se aprecia que en los estudiantes que votan en Piura, la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político es directa, muy baja o baja, significativa o altamente significativa, mientras que en los estudiantes que votan fuera de Piura solo la relación entre disfrute percibido e involucramiento político es directa, media y significativa.

En los estudiantes que votan en Piura se observan relaciones muy bajas o bajas, significativas o altamente significativas (10 de 12) entre los determinantes del uso de

Facebook y las dimensiones del involucramiento político. En los estudiantes que votan fuera de Piura se aprecian solo dos relaciones significativas, ambas medias.

4.1.9. Contraste estadístico de hipótesis

El contraste estadístico de las hipótesis específicas de investigación 1 a 8 se realizaron con la función de probabilidad Z de Gauss para la significancia del coeficiente de correlación por rangos rho de Spearman con muestras grandes (n > 50), al ser los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político dos variables cualitativas ordinales expresadas en puntajes, a partir de una escala de Likert, al 95% de confianza estadística.

La estadística de prueba es:

$$z = \frac{\sqrt{n-3}}{2} \ln\left(\frac{1+r}{1-r}\right)$$

Aquí, r es el coeficiente de correlación muestral rho de Spearman entre determinantes del uso de Facebook e involucramiento político, n es el número de estudiantes encuestados, ln es el logaritmo natural o neperiano.

El contraste estadístico de la hipótesis específica de investigación 9 se realiza con la función de probabilidad Z de Gauss para la proporción de éxitos en muestras grandes (n > 50), al 95% de confianza estadística.

La estadística de prueba es:

$$z = (p-\pi)\sqrt{\frac{n}{\pi(1-\pi)}}$$

Aquí, p y π son las proporciones muestral y poblacional de éxitos, respectivamente; n es el número de estudiantes encuestados.

En cualquier tipo de hipótesis de investigación, se rechazará la hipótesis nula si el valor p es menor que el nivel de significación de .05.

4.1.10. Contraste estadístico de la primera hipótesis específica

La hipótesis de investigación planteada es:

Existe relación directa y significativa entre la necesidad de pertenencia y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

1) Hipótesis estadísticas

Las hipótesis estadísticas a contrastar son:

Ho: No existe relación entre la necesidad de pertenencia y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura (Ho: $\rho = 0$)

H_1: Existe relación directa y significativa entre la necesidad de pertenencia y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura (H_1: $\rho > 0$)

2) Valores calculados

El programa estadístico SPSS v.27 reporta el coeficiente de correlación rho de Spearman de .333 con valor p [Sig. (unilateral)] menor de .001 (Tabla 13).

Tabla 13

Coeficiente de correlación por rangos rho de Spearman entre necesidad de pertenencia e involucramiento político

Tipo	Variables1	Estadísticas	Necesidad de pertenencia	Involucramiento Político
Rho de Spearman	Necesidad de pertenencia	Coeficiente de correlación	1.000	.333**
		Sig. (unilateral)	.	< .001
		N	200	200
	Involucramiento político	Coeficiente de correlación	.333**	1.000
		Sig. (unilateral)	< .001	.
		N	200	200

Nota. **La correlación es significativa en el nivel .01 (unilateral).

3) Decisión estadística

Dado que el valor p es menor que .001, menor que .05, se rechaza la hipótesis nula a favor de la hipótesis alterna.

4) Conclusión

Al 95% de confianza estadística, se acepta que la relación entre la necesidad de pertenencia y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura es directa y significativa, con lo cual se acepta la primera hipótesis específica de investigación.

4.1.11. Contraste estadístico de la segunda hipótesis específica

La hipótesis de investigación planteada es:

Existe relación directa y significativa entre la facilidad de uso percibida y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

1) Hipótesis estadísticas

Las hipótesis estadísticas a contrastar son:

Ho: No existe relación entre la facilidad de uso percibida y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura (Ho: $\rho = 0$)

H_1: Existe relación directa y significativa entre la facilidad de uso percibida y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura (H_1: $\rho > 0$)

2) Valores calculados

El programa estadístico SPSS v.27 reporta el coeficiente de correlación rho de Spearman de .223 con valor p [Sig. (unilateral)] menor de .001 (Tabla 14).

Tabla 14

Coeficiente de correlación por rangos rho de Spearman entre facilidad de uso percibida e involucramiento político

Tipo	Variables1	Estadísticas	Facilidad de uso percibida	Involucramiento Político
Rho de Spearman	Facilidad de uso percibida	Coeficiente de correlación	1.000	.223**
		Sig. (unilateral)	.	< .001
		N	200	200
	Involucramiento político	Coeficiente de correlación	.223**	1.000
		Sig. (unilateral)	< .001	.
		N	200	200

Nota. **La correlación es significativa en el nivel .01 (unilateral).

3) Decisión estadística

Dado que el valor p es menor que .001, menor que .05, se rechaza la hipótesis nula a favor de la hipótesis alterna.

4) Conclusión

Al 95% de confianza estadística, se acepta que la relación entre la facilidad de uso percibida y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura es directa y significativa, con lo cual se acepta la segunda hipótesis específica de investigación.

4.1.12. Contraste estadístico de la tercera hipótesis específica

La hipótesis de investigación planteada es:

Existe relación directa y significativa entre la utilidad percibida y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

1) Hipótesis estadísticas

Las hipótesis estadísticas a contrastar son:

Ho: No existe relación entre la utilidad percibida y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura (Ho: $\rho = 0$)

H_1:Existe relación directa y significativa entre la utilidad percibida y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura (H_1: $\rho > 0$)

2) Valores calculados

El programa estadístico SPSS v.27 reporta el coeficiente de correlación rho de Spearman de 0.180 con valor p [Sig. (unilateral)] de .005 (Tabla 15).

Tabla 15

Coeficiente de correlación por rangos rho de Spearman entre utilidad percibida e involucramiento político

Tipo	Variables1	Estadísticas	Utilidad percibida	Involucramiento Político
Rho de Spearman	Utilidad percibida	Coeficiente de correlación	1.000	.180**
		Sig. (unilateral)	.	.005
		N	200	200
	Involucramiento político	Coeficiente de correlación	.180**	1.000
		Sig. (unilateral)	.005	.
		N	200	200

Nota. **La correlación es significativa en el nivel .01 (unilateral).

3) Decisión estadística

Dado que el valor p es menor que .05, se rechaza la hipótesis nula a favor de la hipótesis alterna.

4) Conclusión

Al 95% de confianza estadística, se acepta que la relación entre la utilidad percibida y el involucramiento político en los estudiantes en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura es directa y significativa, con lo cual se acepta la tercera hipótesis específica de investigación.

4.1.13. Contraste estadístico de la cuarta hipótesis específica

La hipótesis de investigación planteada es:

Existe relación directa y significativa entre el disfrute percibido y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

1) Hipótesis estadísticas

Las hipótesis estadísticas a contrastar son:

Ho: No existe relación entre el disfrute percibido y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura (Ho: $\rho = 0$)

H_1:Existe relación directa y significativa entre el disfrute percibido y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura (H_1: $\rho > 0$)

2) Valores calculados

El programa estadístico SPSS v.27 reporta el coeficiente de correlación rho de Spearman de .180 con valor p [Sig. (unilateral)] menor de .001 (Tabla 16).

Tabla 16

Coeficiente de correlación por rangos rho de Spearman entre disfrute percibido e involucramiento político

Tipo	Variables1	Estadísticas	Disfrute percibido	Involucramiento Político
Rho de Spearman	Disfrute percibido	Coeficiente de correlación	1.000	.295**
		Sig. (unilateral)	.	< .001
		N	200	200
	Involucramiento político	Coeficiente de correlación	.295**	1.000
		Sig. (unilateral)	< .001	.
		N	200	200

Nota. **La correlación es significativa en el nivel .01 (unilateral).

3) Decisión estadística

Dado que el valor p es menor de .001, menor que .05, se rechaza la hipótesis nula a favor de la hipótesis alterna.

4) Conclusión

Al 95% de confianza estadística, se acepta que la relación entre el disfrute percibido y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la

comunicación de la Universidad Nacional de Piura es directa y significativa, con lo cual se acepta la cuarta hipótesis específica de investigación.

4.1.14. Contraste estadístico de la quinta hipótesis específica

La hipótesis de investigación planteada es:

Según sexo, existe relación directa y significativa entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

1) Hipótesis estadísticas

Las hipótesis estadísticas a contrastar son:

Ho:Según sexo, no existe relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura (Ho: $\rho = 0$)

H_1:Según sexo, existe relación directa y significativa entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura (H_1: $\rho > 0$)

2) Valores calculados

Para la necesidad de pertenencia y el involucramiento político, el programa estadístico SPSS v.27 reporta los coeficientes de correlación rho de Spearman de .306 y .352 con valores p [Sig. (unilateral)] menor de .001 y .001 para las mujeres y varones, respectivamente (Tabla 17).

Tabla 17

Coeficiente de correlación por rangos rho de Spearman entre necesidad de pertenencia e involucramiento político por sexo

Tipo	Sexo	Variables1	Estadísticas	Necesidad de Pertenencia	Involucramiento Político
Rho de Spearman	En Piura	Necesidad de Pertenencia	Coeficiente de correlación	1.000	.306**
			Sig. (unilateral)	.	< .001

		N	128	128
	Involucramiento político	Coeficiente de correlación	.306**	1.000
		Sig. (unilateral)	< .001	.
		N	128	128
Fuera de Piura	Necesidad de Pertenencia	Coeficiente de correlación	1.000	.353**
		Sig. (unilateral)	.	.001
		N	72	72
	Involucramiento político	Coeficiente de correlación	353**	1.000
		Sig. (unilateral)	.001	.
		N	72	72

Nota. **La correlación es significativa en el nivel .01 (unilateral).

Los coeficientes de correlación por rangos rho de Spearman y sus respectivos valores p entre los determinantes de uso de Facebook y el involucramiento político por sexo se ilustran en la Tabla 18, donde se aprecia que la mayoría de las relaciones son significativas o altamente significativas.

Tabla 18

Coeficientes de correlación por rangos rho de Spearman y valores p entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político por sexo

Sexo	**Variables**	**Coeficiente rho de Spearman**	**Valor p**
Femenino	Necesidad de pertenencia e IP	.306**	< .001
	Facilidad de uso percibida e IP	.223**	.006
	Utilidad percibida e IP	.083^{ns}	.175
	Disfrute percibido e IP	.219**	.007
Masculino	Necesidad de pertenencia e IP	.353**	.001
	Facilidad de uso percibida e IP	.204*	.043
	Utilidad percibida e IP	.332**	.002
	Disfrute percibido e IP	.426**	< .001

Nota. IP: Involucramiento político. (**): Altamente significativa ($p < .01$), (*): Significativa ($p < .05$), ns: No significativa ($p > .05$)

3) Decisión estadística

Dado que los valores p de la mayoría de los coeficientes de correlación (siete de ocho) son menores que .05, se rechaza la hipótesis nula a favor de la hipótesis alterna.

4) Conclusión

Al 95% de confianza estadística, se acepta que, según sexo, la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura es directa y significativa, con lo cual se acepta la quinta hipótesis específica de investigación.

4.1.15. Contraste estadístico de la sexta hipótesis específica

La hipótesis de investigación planteada es:

Según edad, existe relación directa y significativa entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

1) Hipótesis estadísticas

Las hipótesis estadísticas a contrastar son:

Ho:Según edad, no existe relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura (Ho: $\rho = 0$)

H_1:Según edad, existe relación directa y significativa entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura (H_1: $\rho > 0$)

2) Valores calculados

Para la necesidad de pertenencia y el involucramiento político, el programa estadístico SPSS v.27 reporta los coeficientes de correlación rho de Spearman de .380, 0.382 y 0.239 con valores p [Sig. (unilateral)] menor de .001, menor de .001 y .066 para los estudiantes menores de 19 años, de 19 a 21 años y mayores de 21 años, respectivamente (Tabla 19).

Tabla 19

Coeficiente de correlación por rangos rho de Spearman entre necesidad de pertenencia e involucramiento político por edad

Edad	Tipo	Variables1	Estadísticas	Necesidad de Pertenencia	Involucramiento Político
< 19	Rho de Spearman	Necesidad de Pertenencia	Coeficiente de correlación	1.000	.380**
			Sig. (unilateral)	.	< .001
			N	75	175
		Involucramiento político	Coeficiente de correlación	.380**	1.000
			Sig. (unilateral)	< .001	.
			N	75	75
19 a 21	Rho de Spearman	Necesidad de Pertenencia	Coeficiente de correlación	1.000	.382**
			Sig. (unilateral)	< .001	.
			N	84	84
		Involucramiento político	Coeficiente de correlación	.382**	1.000
			Sig. (unilateral)	< .001	.
			N	84	84
> 21	Rho de Spearman	Necesidad de Pertenencia	Coeficiente de correlación	1.000	.239
			Sig. (unilateral)	.	.066
			N	41	41
		Involucramiento político	Coeficiente de correlación	.239	1.000
			Sig. (unilateral)	.066	.
			N	41	41

Nota. **La correlación es significativa en el nivel .01 (unilateral).

Los coeficientes de correlación por rangos rho de Spearman y sus respectivos valores p entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político por edad se ilustran en la Tabla 20, donde se aprecia que la mayoría de las relaciones son significativas o altamente significativas.

Tabla 20

Coeficientes de correlación por rangos rho de Spearman y valores p entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político por edad

Edad (años)	Variables	Coeficiente rho de Spearman	Valor p
Menos de 19	Necesidad de pertenencia e IP	.380**	< .001

	Facilidad de uso percibida e IP	.135^{ns}	.124
	Utilidad percibida e IP	.113^{ns}	.166
	Disfrute percibido e IP	.225*	.026
19 a 21	Necesidad de pertenencia e IP	.382**	< .001
	Facilidad de uso percibida e IP	.356**	< .001
	Utilidad percibida e IP	.231*	.017
	Disfrute percibido e IP	.367**	< .001
Más de 21	Necesidad de pertenencia e IP	.239^{ns}	.066
	Facilidad de uso percibida e IP	.265*	.047
	Utilidad percibida e IP	.188^{ns}	.120
	Disfrute percibido e IP	.214^{ns}	.090

Nota. IP: Involucramiento político (**): Altamente significativa ($p < .01$), (*): Significativa ($p < .05$), ns: No significativa ($p > .05$)

3) Decisión estadística

Dado que los valores p de la mayoría de los coeficientes de correlación (siete de 12) son menores que .05, se rechaza la hipótesis nula a favor de la hipótesis alterna.

4) Conclusión

Al 95% de confianza estadística, se acepta que, según edad, la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura es directa y significativa, con lo cual se acepta la sexta hipótesis específica de investigación.

4.1.16. Contraste estadístico de la séptima hipótesis específica

La hipótesis de investigación planteada es:

Según nivel de estudios, existe relación directa y significativa entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

1) Hipótesis estadísticas

Las hipótesis estadísticas a contrastar son:

Ho:Según nivel de estudios, no existe relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura (Ho: $\rho = 0$)

H_1:Según nivel de estudios, existe relación directa y significativa entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político de los estudiantes de Ciencias de la comunicación de la Universidad Nacional de Piura (H_1: $\rho > 0$)

2) Valores calculados

Para la necesidad de pertenencia y el involucramiento político, el programa estadístico SPSS v.27 reporta los coeficientes de correlación rho de Spearman de 0.383, 0.274 y 0.254 con valores p [Sig. (unilateral)] menor de .001, .016 y .115 para los estudiantes del nivel básico, intermedio y avanzado, respectivamente (Tabla 21).

Tabla 21

Coeficiente de correlación por rangos rho de Spearman entre necesidad de pertenencia e involucramiento político por nivel de estudios

Nivel de estudios	Tipo	Variables1	Estadísticas	Necesidad de Pertenencia	Involucramiento Político
Básico	Rho de Spearman	Necesidad de Pertenencia	Coeficiente de correlación	1.000	.383**
			Sig (unilateral)	.	< .001
			N	114	114
		Involucramiento político	Coeficiente de correlación	.383**	1.000
			Sig. (unilateral)	< .001	.
			N	114	114
Intermedio	Rho de Spearman	Necesidad de Pertenencia	Coeficiente de correlación	1.000	.274
			Sig. (unilateral)	.	.016
			N	62	62
		Involucramiento político	Coeficiente de correlación	.274*	1.000
			Sig. (unilateral)	.016	.
			N	62	62
Avanzado	Rho de Spearman	Necesidad de Pertenencia	Coeficiente de correlación	1.000	.254
			Sig. (unilateral)	.	.115
			N	24	24
		Involucramiento político	Coeficiente de correlación	.254	1.000
			Sig. (unilateral)	.115	.
			N	24	24

Nota. **La correlación es significativa en el nivel .01 (unilateral). * La correlación es significativa en el nivel .05 (unilateral).

Los coeficientes de correlación por rangos rho de Spearman y sus respectivos valores p entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político por nivel de estudios se ilustran en la Tabla 21, donde se aprecia que la mayoría de las relaciones son significativas o altamente significativas.

3) Decisión estadística

Dado que los valores p de la mayoría de los coeficientes de correlación (siete de 12) son menores que .05, se rechaza la hipótesis nula a favor de la hipótesis alterna.

Tabla 22

Coeficientes de correlación por rangos rho de Spearman y valores p entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político por nivel de estudios

Nivel de estudios	Variables	Coeficiente rho de Spearman	Valor p
Básico	Necesidad de pertenencia e IP	.383**	< .001
	Facilidad de uso percibida e IP	.143^{ns}	.064
	Utilidad percibida e IP	.174*	.032
	Disfrute percibido e IP	.327**	< .001
Intermedio	Necesidad de pertenencia e IP	.274*	.016
	Facilidad de uso percibida e IP	.463**	< .001
	Utilidad percibida e IP	.296*	.010
	Disfrute percibido e IP	.303**	.008
Avanzado	Necesidad de pertenencia e IP	.254^{ns}	.115
	Facilidad de uso percibida e IP	.021^{ns}	.461
	Utilidad percibida e IP	.108^{ns}	.307
	Disfrute percibido e IP	.158^{ns}	.231

Nota. IP: Involucramiento político (**): Altamente significativa (p < .01), (*): Significativa (p < .05), ns: No significativa (p > .05)

4) Conclusión

Al 95% de confianza estadística, se acepta que, según nivel de estudios, la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura es directa y significativa, con lo cual se acepta la séptima hipótesis específica de investigación.

4.1.17. Contraste estadístico de la octava hipótesis específica

La hipótesis de investigación planteada es:

Según lugar de votación, existe relación directa y significativa entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político de los estudiantes de ciencias de la comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

1) Hipótesis estadísticas

Las hipótesis estadísticas a contrastar son:

Ho:Según lugar de votación, no existe relación entre los determinantes de uso de Facebook y el involucramiento político de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura (Ho: $\rho = 0$)

H_1:Según lugar de votación, existe relación directa y significativa entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura (H_1: $\rho > 0$).

2) Valores calculados

Para la necesidad de pertenencia y el involucramiento político, el programa estadístico SPSS v.27 reporta los coeficientes de correlación rho de Spearman de 0.337 y .397 con valores p [Sig. (unilateral)] menor de .001 y .057 para los estudiantes que votan en Piura y fuera de Piura, respectivamente (Tabla 23).

Tabla 23

Coeficiente de correlación por rangos rho de Spearman entre necesidad de pertenencia e involucramiento político por lugar de votación

Tipo	Lugar	Variables1	Estadísticas	Necesidad de Pertenencia	Involucramiento Político
Rho de Sperman	En Piura	Necesidad de Pertenencia	Coeficiente de correlación	1.000	.337**
			Sig (Unilateral)	.	< .001
			N	183	183
		Involucramiento político	Coeficiente de correlación	.337**	1.000
			Sig. (Unilateral)	< .001	.
			N	183	183
		Necesidad de Pertenencia	Coeficiente de correlación	1.000	.397

Fuera de Piura		Sig. (Unilateral)	.	.057
		N	17	17
	Involucramiento político	Coeficiente de correlación	.397	1.000
		Sig. (Unilateral)	.057	.
		N	17	17

Nota. **La correlación es significativa en el nivel .01 (unilateral).

Los coeficientes de correlación por rangos rho de Spearman y sus respectivos valores p entre los determinantes de uso de Facebook y el involucramiento político por lugar de votación se ilustran en la Tabla 24, donde se aprecia que la mayoría de las relaciones son significativas o altamente significativas.

Tabla 24

Coeficientes de correlación por rangos rho de Spearman y valores p entre los determinantes de uso de Facebook y el involucramiento político por lugar de votación

Lugar de votación	Variables	Coeficiente rho de Spearman	Valor p
Piura	Necesidad de pertenencia e IP	.337**	< .001
	Facilidad de uso percibida e IP	.222**	.001
	Utilidad percibida e IP	.165*	.013
	Disfrute percibido e IP	.273**	< .001
Fuera de Piura	Necesidad de pertenencia e IP	$.397^{ns}$	.057
	Facilidad de uso percibida e IP	$.254^{ns}$	.163
	Utilidad percibida e IP	.431*	.042
	Disfrute percibido e IP	0.498**	.021

Nota. IP: Involucramiento político (**): Altamente significativa (p < .01), (*): Significativa (p < .05), ns: No significativa (p > .05)

3) Decisión estadística

Dado que los valores p de la mayoría de los coeficientes de correlación (seis de ocho) son menores que .05, se rechaza la hipótesis nula a favor de la hipótesis alterna.

4) Conclusión

Al 95% de confianza estadística, se acepta que, según lugar de votación, la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura es directa y significativa, con lo cual se acepta la octava hipótesis específica de investigación.

4.1.18. Contraste estadístico de la novena hipótesis específica

La hipótesis de investigación propuesta es:

El nivel de involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura es medio.

1) Hipótesis estadísticas

H_0:El nivel de involucramiento político de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura no es medio (H_0: $\pi = .33$)

H_1:El nivel de involucramiento político de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura es medio (H_1: $\pi > .33$)

El valor de $\pi = 0.33$ es la probabilidad de que un estudiante tenga nivel medio de involucramiento político, en mérito a la distribución uniforme con tres categorías equiprobables (bajo, medio y alto), cada una con probabilidad 1/3 = 0.33.

2) Valores calculados

El programa estadístico Minitab v.21 reporta los resultados de la Figura 6, donde el valor calculado de la Z de Gauss es de 10.98 con un valor p de 0.

Figura 6

Prueba Z de Gauss para el nivel medio de involucramiento político

Estadísticas descriptivas

N	Evento	Muestra p	Límite inferior de 95% para p
200	139	0.695000	0.641451

Prueba

Hipótesis nula	H_0: p = 0.33
Hipótesis alterna	H_1: p > 0.33

Valor Z	Valor p
10.98	0.000

3) Decisión estadística

El valor p (0) es menor que .05, con lo cual se rechaza la hipótesis nula a favor de la hipótesis alterna.

4) Conclusión

Al 95% de confianza estadística, se acepta que el nivel de involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura es medio, con lo cual se acepta la novena hipótesis específica de investigación.

4.1.19. Contraste estadístico de la hipótesis general

La hipótesis de investigación propuesta es:

Existe relación directa y significativa entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

La hipótesis general responde a la síntesis de las cuatro primeras hipótesis específicas y, en mérito al método de investigación de la síntesis, la aceptación (el no rechazo) de las hipótesis específicas conlleva a la aceptación de la hipótesis general. En las secciones 4.1.10 a 4.1.13 se han aceptado las cuatro hipótesis específicas, por lo tanto, se acepta la hipótesis general de investigación.

4.2. Discusión

El objetivo general de esta investigación consistió en determinar la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. Los resultados evidenciaron que existe relación directa y significativa entre cada uno de los determinantes del uso de Facebook con el involucramiento político (Tabla 8), aceptando la hipótesis general de investigación.

Estos hallazgos están vinculados con investigaciones anteriores que se llevaron a cabo a nivel correlacional, como Lee (2020), quien halló que los determinantes del uso de las redes sociales influyen directa y positivamente en el involucramiento de los votantes con la política. La necesidad de pertenencia y la facilidad de uso percibida de los usuarios de las redes sociales hacia las redes sociales aumentan de forma significativa su implicación con la política y por tanto mejoran aún más su actitud hacia el voto y su confianza en las decisiones de voto.

Para Sánchez-Villar, Bigné y Aldás-Manzano (2017) “el TAM juega un papel destacado” (p. 112) al establecer conexiones entre los factores que influyen en el uso de un entorno digital y el compromiso político de los individuos. Sus hallazgos plantearon,

que la utilidad percibida destaca como la variable central que se relaciona con el conocimiento político subjetivo y el involucramiento político.

Además, los resultados obtenidos se alinean con la investigación de Kollman, Kayser y Stöckmann (2013, 2015), quienes concluyeron que existe una relación altamente significativa entre los determinantes del uso, como la facilidad de uso y utilidad percibida, en el contexto del uso de las redes sociales con fines políticos utilizando el TAM.

El primer objetivo específico fue determinar la relación que existe entre la necesidad de pertenencia y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura, los resultados determinaron que existe relación directa baja (rho = .333) y altamente significativa ($p < .01$), aceptando la primera hipótesis específica de la investigación.

Esta investigación, al igual que Lee (2020), encontró resultados significativamente más elevados en relación con la necesidad de pertenencia. Esta coincidencia destaca que la necesidad de pertenencia es un determinante positivo y significativo en las redes sociales, especialmente cuando se vincula con el involucramiento político. En este estudio, la frecuencia de la necesidad de pertenencia se situó en un nivel intermedio, alcanzando un 75.5%, lo que resultó la puntuación más alta en comparación con los otros determinantes considerados (Figura 3).

Estos resultados concuerdan con los hallazgos de Seidman (2013), quien llegó a la conclusión de que los usuarios consideran a Facebook como una herramienta para cubrir necesidades de pertenencia que no se satisfacen adecuadamente fuera del entorno en línea. Esta observación contribuye a la comprensión sobre la relación entre la personalidad de los usuarios y su uso de Facebook en relación con la política.

El segundo objetivo específico fue determinar la relación que existe entre la facilidad de uso percibida y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura, los resultados determinaron que existe relación directa baja (rho = .223) y altamente significativa ($p < .01$). Estos hallazgos concuerdan con los resultados obtenidos por Lee (2020), subrayando que la percepción de la facilidad de uso desempeña un rol importante en el involucramiento de los votantes con la política. Po tanto se acepta la hipótesis específica de investigación.

Por consiguiente, se deduce que a pesar de que esta relación se describe como baja en términos de fuerza, es altamente significativa, lo que indica que la facilidad de uso percibida tiene un impacto notable en el grado de involucramiento político de los

estudiantes. Lo que evidencia una oportunidad valiosa para involucrar a los jóvenes, que tienen una afinidad natural hacia las tecnologías digitales.

Es importante resaltar que, al analizar los sub resultados de este objetivo específico, se observó que la relación entre la facilidad de uso percibida y la dimensión "Actitud hacia el voto" arrojó un resultado no significativo (rho = .090). Estos resultados coinciden con la investigación realizada por Miranda, Rubio, Chamorro y Correia (2015) quienes, en su estudio sobre los determinantes de Facebook en el proceso de decisión de compra, encontraron que la facilidad de uso no parece tener una influencia significativa en la actitud hacia Facebook.

> La no significatividad de la facilidad de uso percibida, si bien contradice el modelo TAM, puede ser entendida en el caso de Facebook por tratarse de una tecnología muy orientada al usuario que no requiere un largo proceso de aprendizaje, ya que su carácter intuitivo permite habituarse rápidamente a su manejo (Miranda, Rubio, Chamorro & Correia, 2015, p.32).

Así se confirmaría que la interfaz intuitiva de Facebook podría haber reducido la importancia percibida de la facilidad de uso en la formación de actitudes políticas, lo que sugiere que otros factores pueden estar desempeñando un papel más crucial en la configuración de las actitudes hacia el voto en esta plataforma específica.

Para Lee (2020) un alto nivel de involucramiento político se relaciona con una actitud positiva hacia el voto. Años antes, para Austin y Pinkleton (1995) la participación electoral expresada en el voto de los ciudadanos no necesariamente está relacionada a la desafección política. Señalaron que los votantes críticos del sistema político pueden sentirse motivados para votar influenciados por la opinión social.

El tercer objetivo específico de este estudio consistió en determinar la relaciónque existe entre la utilidad percibida y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. Se observó que, entre todos los determinantes del uso de Facebook analizados, la utilidad percibida fue el factor que arrojó el coeficiente más bajo (Tabla 8). Se estableció una relación directa muy baja (rho= .180) y altamente significativa (p = .005). Aceptando así la hipótesis planteada.

Estos resultados coinciden con los hallazgos de Lee (2020), donde la relación entre la utilidad percibida y el involucramiento político también mostró el coeficiente más bajo pero significativo de los determinantes del uso de redes sociales. Los resultados proporcionan evidencia empírica de que la utilidad percibida es el

determinante del uso de Facebook que menos incide en el nivel de involucramiento político de los jóvenes universitarios de Ciencias de la Comunicación. De acuerdo con los datos obtenidos, se puede inferir que, aunque la utilidad percibida tiene una importancia estadística significativa, su capacidad para motivar el interés político en los estudiantes de esta plataforma es limitada.

El cuarto objetivo específico de este estudio se concentró en determinar la relación entre el disfrute percibido y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. Según los resultados presentados en la Tabla 8, mostraron una relación directa de baja intensidad, pero altamente significativa (rho = .295, $p < .01$). Este hallazgo acepta la hipótesis planteada.

Teniendo en cuenta este resultado y el anterior, que refiere a la utilidad percibida coincide con las conclusiones de la investigación realizada por Kollman, Kayser y Stöckmann (2013), sugirieron que las personas que encuentran su principal satisfacción en el entretenimiento, como los jóvenes que usan Facebook principalmente para jugar en línea, podrían percibir la utilidad política como algo desfavorable. Esta percepción negativa podría afectar la disposición de estas personas para utilizar Facebook con propósitos políticos serios. Además, según Miranda, Rubio, Chamorro y Correia (2015) "disfrute percibido podría jugar un rol esencial, incluso superior al de la utilidad percibida en la determinación de la actitud del individuo hacia Facebook" (p. 32). Esto marca la relevancia del placer personal que los estudiantes experimentan al usar Facebook, ya que este disfrute puede tener un impacto significativo en su actitud general hacia la plataforma con fines políticos.

El quinto objetivo específico fue comparar según sexo, la relación que existe entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. Teniendo en cuenta que el 64 % de la muestra son mujeres y el 36% varones, lo resultados obtenidos en la Tabla 9 fueron similares para ambos sexos, se establecieron relaciones directas y significativas de baja a media intensidad; con excepción de la relación entre utilidad percibida e involucramiento político en mujeres. Relación que no resultó significativa (rho = .083 y $p = .175$).

Por tanto, se infiere una discrepancia significativa entre la utilidad percibida de Facebook y el involucramiento político en las mujeres estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación. Estos datos aceptan parcialmente la hipótesis planteada la cual afirmaba que, según sexo, existe relación directa y significativa entre los

determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

El sexto objetivo específico fue comparar según edad, la relación que existe entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. Para efecto de un mejor tratamiento se catalogó en tres grupos etarios: menos de 19 años, de 19 a 21 años y mayores de 21 años, los datos de la Tabla 10 revelaron variaciones significativas y no significativas en las correlaciones entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en función de la edad de los estudiantes; los principales hallazgos revelan:

Para los participantes menores de 19 años y aquellos de 19 a 21 años, se observó una correlación positiva y significativa entre la necesidad de pertenencia y el involucramiento político. Esto indica que los jóvenes tienden a participar más activamente en actividades políticas en Facebook cuando sienten una conexión social y emocional con su comunidad en línea. Este determinante del uso de Facebook parece ser un motivador clave para el involucramiento político en estos grupos de edad.

Para el grupo de edad intermedio de 19 a 21 años, los determinantes del uso de Facebook mostraron relaciones directas, altamente significativas y significativas con el involucramiento político. En este sentido, se observa que la utilidad percibida es el factor que presentó relación más baja con el involucramiento político, con un coeficiente de correlación (rho = .231) y un valor (p = .035).

En el grupo de más de 21 años, los resultados obtenidos presentaron una dinámica opuesta, las correlaciones no resultaron significativas para los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político. Esto podría indicar que, en esta etapa de la vida, otros factores fuera del ámbito de Facebook podrían estar incidiendo más significativamente en el comportamiento político en línea de estos participantes.

Los resultados obtenidos están alineados con las conclusiones de Anggraini, Ariesta y Wuryanta (2022) quienes sostienen que el efecto del uso de las redes sociales en las dinámicas políticas debe examinarse considerando las diferencias generacionales. De acuerdo con su investigación, ciertas edades están vinculadas a un desarrollo cognitivo más maduro que puede no ser tan influenciado por la exposición a las redes sociales. Por lo tanto, es crucial tener en cuenta estos factores de desarrollo cognitivo al investigar la relación entre el uso de plataformas como Facebook y la participación política en diferentes grupos de edad.

En general, los datos obtenidos en el sexto objetivo específico confirman parcialmente la hipótesis planteada. Ya que sólo los estudiantes de 19 a 21 años obtuvieron relaciones directas y significativas entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político.

El séptimo objetivo de la investigación fue comparar según nivel de estudios la relación que existe entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. En la descripción de los datos estadísticos presentados en la Tabla 11 se observa una tendencia interesante en la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en diferentes niveles educativos. Para facilitar el análisis, se agruparon los niveles académicos: básico (primer y tercer ciclo), intermedio (quinto y séptimo ciclo) y avanzado (noveno ciclo).

En el grupo de estudiantes de nivel básico, sólo las relaciones entre la necesidad de pertenencia y el disfrute percibido con el involucramiento político son directas, bajas y altamente significativas. Sin embargo, para el grupo de estudiantes de nivel intermedio, se encontraron correlaciones directas bajas, altamente significativas y significativas. Destacando la facilidad de uso con un coeficiente de correlación (rho = .463) y un valor ($p < .001$) y el disfrute percibido con un coeficiente de correlación (rho =.303) y un valor ($p = . 017$).

Los resultados obtenidos para el grupo de estudiantes de nivel avanzado de la carrera de Ciencias de la Comunicación revelaron que ninguna relación alcanzó significancia estadística.

Considerando los hallazgos conseguidos, se puede establecer que la hipótesis planteada encuentra respaldo sólo de forma parcial. Efectivamente, existe una relación directa y significativa entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura, pero esta relación no es uniforme en todos los niveles de estudios. Mientras que para los estudiantes de nivel intermedio esta relación es evidente y relevante, para los estudiantes de nivel básico y avanzado, la conexión entre estos determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político es menos marcada y en algunos casos no significativa.

Además, se sugiere que estos hallazgos podrían estar vinculados con la situación coyuntural de los jóvenes estudiantes. En los primeros ciclos universitarios, el foco de interés se centra en la adaptación e integración a la vida universitaria, mientras que, en

los ciclos superiores, los estudiantes se concentran en su consolidación y preparación para ingresar al mercado laboral. En este contexto, los ciclos intermedios se presentan como un periodo de transición, donde los estudiantes podrían encontrarse inmersos en un proceso de exploración y definición de sus intereses y objetivos académicos y profesionales lo que repercutiría significativamente en la forma en que los estudiantes se relacionan con aspectos políticos en las redes sociales.

El octavo objetivo específico fue comparar según lugar de votación la relación que existe entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. Es importante destacar que la mayoría de los participantes, el 91.5%, vota en Piura, mientras que sólo el 8.5% lo hace fuera de Piura (Tabla 3).

En el contexto de Piura, se observa una conexión directa, aunque de intensidad variable, entre los determinantes de uso de Facebook y el involucramiento político. Estas relaciones son especialmente notables en aspectos como la necesidad de pertenencia, la facilidad de uso percibida y el disfrute percibido, que se correlacionan significativamente con el involucramiento político de los estudiantes locales. Siendo la relación menos significativa la utilidad percibida (rho= .165 y p = .026).

Para el pequeño grupo de estudiantes que vota fuera de Piura, las relaciones significativas son limitadas, centrándose en la relación entre el disfrute percibido y el involucramiento político, obteniendo una correlación directa moderada, (rho = .498) y significa (p = .042). Estos hallazgos podrían indicar que, fuera de su lugar de residencia principal, los estudiantes enfrentan diferentes dinámicas sociales, tecnológicas y políticas que podrían influir en su participación en plataformas como Facebook con fines políticos.

Por tanto, se infiere que, respecto a la hipótesis plateada para el séptimo objetivo en base al lugar de votación, los resultados arrojan una confirmación parcial de la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, se observan correlaciones directas de magnitud baja y muy baja, algunas de las cuales son estadísticamente significativas, mientras que otras no lo son.

Finalmente, el noveno objetivo específico de la investigación fue describir el nivel de involucramiento político que predomina en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. Los resultados presentados en la Tabla 7 indican que la mayoría de los estudiantes exhibieron un nivel de

involucramiento político medio (69.5%), confirmando la novena hipótesis específica planteada.

Los resultados complementan las teorías previas existentes sobre el involucramiento político en jóvenes propuesto por Zhou y Pinkleton (2012), los autores sostuvieron que el involucramiento en asuntos públicos se torna importante en la toma de decisiones políticas y este interés estimula la búsqueda activa de diversas "fuentes de información, la expresión política en línea y el desarrollo de la eficacia externa" (p.825).

Además, estudios previos como el desarrollado por Yoon, Pinkleton y Ko (2005) en universitarios de comunicación de una universidad pública de Estados Unidos demostraron que la exposición a publicidad política negativa puede llevar a que las personas con un bajo nivel de involucramiento no se sientan motivadas para procesar información política y este fenómeno contribuye al desarrollo de la apatía política, donde los individuos muestran desinterés y falta de participación en asuntos políticos.

En consecuencia, los hallazgos del último objetivo específico evidencian la aceptación de la hipótesis planteada, determinando en un nivel medio el involucramiento político en los estudiantes, quienes en su mayoría se encuentran en un inicial de la carrera, lo que puede indicar una cierta disposición hacia la política sin alcanzar niveles extremadamente altos o bajos de compromiso.

Este hallazgo confirma las afirmaciones de Burgos (2019) en cuanto refiere que el acceso a la educación entre los jóvenes piuranos no ha tenido un impacto significativo en su participación política. Situación impulsada al parecer por una profunda desconfianza hacia la clase política, desprestigio, falta de valores e impunidad en el ámbito político.

En cuanto a los resultados obtenidos para las dimensiones de involucramiento político, es notable que el involucramiento personal sea el aspecto más destacado, con un 63% de estudiantes en este nivel medio, indicando una conexión a largo plazo, emocional y personal con la política relacionada con el uso de plataformas como Facebook para expresar sus opiniones y participar en discusiones políticas en línea. Por otro lado, el alto nivel de actitud hacia el voto y la confianza en sus decisiones, con un 51% y un 49.5% respectivamente (Figura 5), señala una predisposición positiva hacia la participación electoral y la confianza en las decisiones propias en el contexto político. Estos resultados sugieren que los estudiantes no sólo se involucran personalmente en la política, sino que también tienen una actitud proactiva y confiada hacia su participación en el proceso electoral.

Resulta crucial resaltar que la literatura académica ha demostrado que el TAM es un modelo firme que tiene muchas aplicaciones exitosas en la predicción de la aceptación del usuario y la adopción de redes sociales a través de diversos contextos de investigación.

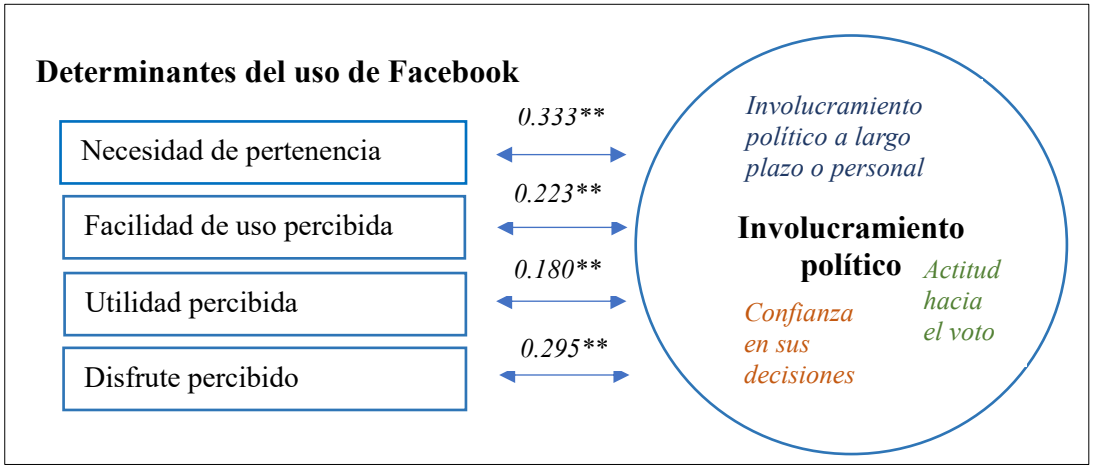
> Para Weerasinghe y Hindagolla (2018) el TAM ha evolucionado como un marco teórico importante para explicar los predictores de los comportamientos de los usuarios hacia la aceptación de la tecnología y el poder de este modelo se exhibe a través de varios estudios que destacan su amplia aplicabilidad a través de diferentes tecnologías y contextos (p. 149).

Por tanto, para los fines de esta investigación resultó relevante tomar los determinantes de uso que propone este modelo para analizar las relaciones entre los determinantes del uso y el comportamiento de los usuarios en relación a la política. Así se confirma que los determinantes del uso de Facebook actúan como motivaciones subyacentes al utilizar esta red social con propósitos políticos.

En este sentido se puede afirmar que a medida que los determinantes de uso de Facebook aumentan, también lo hace el involucramiento político, y esta relación es estadísticamente significativa como se representa en la Figura 7.

Figura 7

Modelo de investigación propuesto



Nota. Resultados del análisis del modelo estructural. (**): Altamente significativa ($p < .01$).

A pesar de que la investigación ha establecido una relación directa y significativa entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político, las correlaciones de baja intensidad encontradas no proporcionan evidencia empírica

suficiente para afirmar que este fenómeno se repetirá con la misma fuerza en otras poblaciones. Por lo tanto, se requieren nuevos estudios para determinar si esta tendencia se mantiene constante en diferentes contextos demográficos. La constatación de una relación consistente entre estas variables en diversas poblaciones, respaldada por hallazgos adicionales, validaría el modelo propuesto en el presente estudio.

CONCLUSIONES

1. Existen relaciones directas y significativas entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura; a medida que aumentan los determinantes del uso de Facebook, también lo hace el involucramiento político.

2. Existe relación directa y altamente significativa entre la necesidad de pertenencia y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. A mayor necesidad de pertenencia en Facebook, mayor involucramiento político.

3. Existe relación directa y altamente significativa entre la facilidad de uso percibida y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. A mayor facilidad de uso percibido en Facebook, mayor involucramiento político.

4. Existe relación directa y altamente significativa entre la utilidad percibida y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. A mayor utilidad percibida en Facebook, mayor involucramiento político.

5. Existe relación directa y altamente significativa entre el disfrute percibido y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. A mayor disfrute percibido en Facebook, mayor involucramiento político.

6. Existe una relación directa y significativa entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura según sexo. No obstante, para las estudiantes mujeres esta relación no alcanza significancia en el caso de la utilidad percibida.

7. Existe relación directa y significativa entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la

Comunicación de la Universidad Nacional de Piura en el grupo etario de 19 a 21 años.

8. Existe relación directa y significativa entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura en nivel intermedio de estudios. En el nivel básico, esta relación es directa y significativa únicamente en términos de la necesidad de pertenencia y el disfrute percibido.

9. Existe relación directa y significativa entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura que votan en Piura.

10. El nivel de involucramiento político que predomina en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura es medio. Sin embargo, existe una tendencia positiva.

11. Finalmente, con base en los hallazgos obtenidos, se puede afirmar que el modelo propuesto ha demostrado ser relevante, al permitir establecer relaciones significativas entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político. No obstante, aunque el modelo ha mostrado su utilidad en la población estudiada, es fundamental realizar investigaciones adicionales en otros contextos demográficos para validar su aplicabilidad. La consistencia de los resultados en futuros estudios reforzará la validez del modelo, ampliando la comprensión sobre cómo las redes sociales influyen en la participación política de los jóvenes.

RECOMENDACIONES

Se recomienda considerar y agregar otros factores contextuales y sociales, intrínsecos y extrínsecos que podrían estar influyendo en esta relación para comprender completamente la dinámica del involucramiento político en el contexto de las redes sociales, proporcionando así una base mucho más amplia para futuras investigaciones relacionadas con la participación política de los jóvenes.

Teniendo en cuenta la naturaleza evolutiva de las redes sociales, como Facebook. Es importante incidir en investigaciones similares para comprender cómo los jóvenes interactúan en entornos digitales y con ello ajustar las estrategias de participación política. Adaptar las iniciativas políticas en línea garantizará que las estrategias sean efectivas y relevantes para las generaciones futuras.

Se sugiere la aplicación de los cuestionarios de determinantes del uso de Facebook y el cuestionario de involucramiento político en estudiantes de otras universidades dentro del país. Esto permitirá establecer un patrón de fuerza en la relación entre estos determinantes y el involucramiento político en un contexto más amplio. Lo que permitirá la identificación de posibles variaciones regionales o institucionales, contribuyendo a una comprensión más precisa de esta relación para futuras investigaciones y políticas pertinentes.

Dada la naturaleza de la carrera de Ciencias de la Comunicación, que implica la formación de futuros líderes de opinión es importante fomentar un mayor involucramiento político entre los estudiantes. En el contexto particular de los estudiantes de la Universidad Nacional de Piura, se vuelve esencial integrar en el plan de estudios, estrategias que fomenten una participación política tanto en las redes sociales como en la realidad tangible. Esta implicación con la política permitirá a los estudiantes una comprensión más profunda de la dinámica política actual y cómo utilizar las redes sociales de manera efectiva para generar compromisos políticos duraderos en la sociedad.

Es necesario aplicar esta investigación de manera oportuna durante procesos electorales, donde se ejerce el derecho al voto. La actual crisis política del país, caracterizada por elecciones frecuentes, convulsiones sociales y una creciente desconfianza política. Resalta la importancia de establecer la relación entre los determinantes del uso de las redes sociales y el involucramiento político durante las

contiendas electorales, especialmente en los momentos cruciales de toma de decisiones políticas.

Se recomienda ampliar la metodología de esta investigación mediante enfoques alternativos para abordar la relación entre los determinantes del uso de las redes sociales en general y el involucramiento político en los jóvenes. Debido a la complejidad de estas dinámicas sociales y la rápida evolución tecnológica, es esencial adoptar un enfoque multidisciplinario que permita una comprensión más completa y matizada de este fenómeno.

Con la creciente masificación del uso de la inteligencia artificial a nivel mundial, se sugiere que futuras investigaciones se centren en establecer el tipo de relación que podría existir entre los determinantes del uso de la Inteligencia Artificial (IA) y el involucramiento político. Este análisis se revela importante en un contexto donde la IA desempeña un papel cada vez más prominente en diversos aspectos de la sociedad moderna.

REFERENCIAS

Adams D. A., Nelson, R. R., & Todd, P. A. (1992). Perceived usefulness, ease of use, and usage of information technology: A replication. *MIS quarterly*, *16*(2). 227-247. https://doi.org/10.2307/249577

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological Bulletin, 84*(5), 888-918. https://doi.org/10.1037/0033-2909.84.5.888

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1985). From Intentions to Action: A Theory of Planned Behavior. *J. Kuhl et al. (eds.), Action Control*, *6*(4), 11-39. http://dx.doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2

Anggraini, D., Ariesta, A. W., Eka, A. G., & Wuryanta, W. (2022). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pemilihan Umum Presiden Ri 2019. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 11*(1), 1-12. https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/view/31164/21879

Arias Gonzáles, J. L., & Covinos Gallardo, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Enfoques Consulting.

Austin, E. W., & Pinkleton, B. E. (1995). Positive and negative effects of political disaffection on the less experienced voter. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *39*(2), 215-235. http://dx.doi.org/10.1080/08838159509364300

Barki, H., & Hartwick, J. (1994). Measuring user participation, user involvement, and user attitude. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, *18*(1), 59-79. https://doi.org/10.2307/249610

Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The Need to Belong: Desire for Interpersonal Attachments as a Fundamental Human Motivation. *Psychological Bulletin 117*(3). 497-529. https://doi.org/10.1037/0033-2909.117.3.497

Burgos Cabrera, M. E. A. (2019). *Acceso e impacto de la educación en la inclusión social de los jóvenes en la región Piura: 2010-2015* [Tesis de doctorado, Universidad Nacional de Piura]. Repositorio Institucional. http://repositorio.unp.edu.pe/handle/20.500.12676/2529

Cano-Correa, A.M., Quiroz-Velasco, M.T. & Nájar-Ortega, R. (2017). Jóvenes universitarios en Lima: Política, medios y participación. *Comunicar, 25*(53), 71-79. https://doi.org/10.3916/C53-2017-07

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder.* Alianza.

Catalina-García, B., García-Jiménez, A., & Menor Sendra, J. (2019). Social and political engagement of university students in the digital sphere: Social network uses for citizen participation. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, *60*, 25-41. https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3179

Chen, M.-L., Lu, T.-E., Chen, K.-J., & Liu, C. E. (2011). A TAM-based study on senior citizens' digital learning and user behavioral intention toward use of broadband network technology services provided via television. *African Journal of Business Management, 5(*16), 7099-7110. https://doi.org/10.5897/AJBM10.1213

Cifuentes, J. E. S. (2018). Self-regulation of the communicational field in the voting process: A legal-political response to the problem of electoral neutrality practiced through social networks. An analysis of the colombian case and its impact on Latin America | La autorregulación. *Revista de Direito, Estado e Telecomunicacoes*, *10*(2), 15–36. https://doi.org/10.26512/lstr.v10i2.21491

Cisneros, I. (2020). Independencia partidista en América Latina: Actitudes, comportamiento y decisión de voto. *Latin American Research Review, 55*(4), 706-726. https://doi.org/10.25222/larr.457

Cuillier, D., & Pinkleton, B. E. (2011). Suspicion and secrecy: Political attitudes and their relationship to support for freedom of information. *Communication Law and Policy, 16*(3), 227–254. https://doi.org/10.1080/10811680.2011.586302

DataReportal, (13 de febrero de 2023). *Digital 2023: Perú*. Kepios. https://datareportal.com/reports/digital-2023-peru#:~:text=The%20state%20of%20digital%20in%20Peru%20in%202023&text=Peru%20was%20home%20to%2025.05,percent%20of%20the%20total%20population.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly, 13*(3), 319-340. https://doi.org/10.2307/249008

Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management science, 35*(8), 982-1003. https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982

Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1992). Extrinsic and intrinsic motivation to use computers in the workplace 1. *Journal of applied social psychology*, *22*(14), 1111-1132. https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1992.tb00945.x

Defensoría del Pueblo. (2023). Informe Defensorial n.° 190. Crisis política y protesta social: Balance defensorial tras tres meses de iniciado el conflicto (Del 7 de diciembre de 2022 al 6 de marzo de 2023). https://www.defensoria.gob.pe/wp-content/uploads/2023/03/Informe-Defensorial-n.%C2%B0-190-Crisis-poli%CC%81tica-y-protesta-social.pdf

Hamid, R. S., Abror, A., Anwar, S. M., & Hartati, A. (2022). The role of social media in the political involvement of millennials. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, *26*(1), 61-79. https://doi.org/10.1108/SJME-08-2021-0151

Hartwick, J., & Barki, H. (1994). Explaining the role of user participation in information system use. *Management Science*, *40*(4), 440-465. https://doi.org/10.1287/mnsc.40.4.440

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.* McGraw Hill.

Intyaswati, D., Maryani, E., Sugiana, D., & Venus, A. (2021). Using media for voting decision among first-time voter college students in West Java, Indonesia. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, *10*(1), 327-339. https://doi.org/10.36941/ajis-2021-0028

Instituto Nacional de Estadística e informática. (2022). *Tecnologías de la Información y Comunicación.* INEI. https://m.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/tecnologias-de-la-informacion-y-telecomunicaciones/

Kollmann, T., Stöckmann, C., & Kayser, I. (2013). Understanding political participation on facebook: The moderating role of intrinsic motivation. *Electronic Government*, *10*(3–4), 310-323. https://doi.org/10.1504/EG.2013.058786

Kollmann, T., Kayser, I., & Stöckmann, C. (2015). What matters most? Investigating the role of perceived risk and trust in the acceptance of social networks for political communication. *Electronic Government, an International Journal*, *11*(4), 306-321. https://doi.org/10.1504/EG.2015.071410

Kwon, O., & Wen, Y. (2010). An empirical study of the factors affecting social network service use. *Computers in Human Behavior*, *26*(2), 254-263. https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.04.011

La República, (2023, 13 de febrero). *Anuncian la radicalización de protestas para este 13 de febrero en Piura*. https://larepublica.pe/sociedad/2023/02/12/piura-anuncian-la-radicalizacion-de-protestas-13-de-febrero-protestas-dina-boluarte-lrnd-308412

Lee, H. (2020). Voters' involvement, attitude, and confidence in the era of new media. *Palgrave Communications*, *6*(1), 1-7. https://doi.org/10.1057/s41599-019-0368-9

López-Roldán, P.; Fachelli, S. (2017). *El diseño de la muestra*. *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa.* Universitat Autònoma de Barcelona. https://ddd.uab.cat/record/185163

Lorenzo Romero, C., Alarcón de Amo, M.D.C., & Gómez Borja, M. A. (2011). Adopción de redes sociales virtuales: ampliación del modelo de aceptación tecnológica integrando confianza y riesgo percibido. *Cuadernos de Economía y Dirección de La Empresa, 14*(3), 194-205. https://doi.org/10.1016/j.cede.2010.12.003

Miranda Gonzáles, F., Rubio Lacoba, S., Chamorro Mera, A., & Correia Loureiro, S. (2015). Determinantes de la intención de uso de Facebook en el proceso de decisión de compra. Investigaciones *Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, 21*(1), 26-34. https://doi.org/10.1016/j.iedee.2014.05.001

Morocho Gago, A. F. (2019). *El consumo de redes sociales de los estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura en el año 2019* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Piura]. Repositorio Institucional. http://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/2104

Nadkarni, A., & Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook? In Personality and Individual Differences*, 52*(3), 243-249. https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.11.007

O'cass, A. (2002). Political advertising believability and information source value during elections. *Journal of Advertising*, *31*(1), 63-74. https://doi.org/10.1080/00913367.2002.10673661

O'Cass, A., & Pecotich, A. (2005). The dynamics of voter behavior and influence processes in electoral markets: A consumer behavior perspective. *Journal of Business Research*, *58*(4), 406-413. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2003.08.003

Oficina Nacional de Procesos Electorales. (2022, 2 de diciembre). *Presentación de resultados.* ONPE. https://resultadoshistorico.onpe.gob.pe/ERM2022/Participacion

Pinkleton, B. E. (1998). Effects of Print Comparative Political Advertising on Political Decision-Making and Participation. *Journal of Communication, 48*(4), 24-36. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1998.tb02768.x

Pinkleton, B. E., Um, N. H., & Austin, E. W. (2002). An exploration of the effects of negative political advertising on political decision making. *Journal of Advertising*, *31*(1), 13-25. https://doi.org/10.1080/00913367.2002.10673657

Pinkleton, B. E., & Austin, E. W. (2001). Individual motivations, perceived media importance, and political disaffection. *Political Communication, 18*(3), 321-334. https://doi.org/10.1080/10584600152400365

Pinkleton, B. E., Austin, E. W., Zhou, Y., Willoughby, J. F., & Reiser, M. (2012). Perceptions of news media, external efficacy, and public affairs apathy in political decision making and disaffection. *In Journalism and Mass Communication Quarterly*, *89*(1), 23-39. https://doi.org/10.1177/1077699011428586

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2022). *Los ODS en acción*. PNUD. https://www.undp.org/es/sustainable-development-goals

Registro Nacional de Identificación y Estado Civil. (2022, 15 de marzo). *Elecciones regionales y municipales 2022: Piura cuenta con 1 millón 432 mil 214 votantes hábiles.*Gob.pe. https://www.gob.pe/institucion/reniec/noticias/590495-elecciones-regionales-y-municipales-2022-piura-cuenta-con-1-millon-432-mil-214-votantes-habiles

Robertson, S. P., Douglas, S., Maruyama, M., & Semaan, B. (2013). Political discourse on social networking sites: Sentiment, in-group/out-group orientation and rationality. *Information Polity*, *18*(2), 107-126. https://doi.org/10.3233/IP-130303

RPP NOTICIAS (2020, 12 de noviembre). *Piura: ciudadanos terminan protesta cantando "Contigo Perú".* RPP. https://rpp.pe/peru/piura/marcha-nacional-piura-ciudadanos-terminan-protesta-cantando-contigo-peru-noticia-1303992?ref=rpp

Sánchez-Villar, J., Bigné, E., & Aldás-Manzano, J. (2017). Influencia del blog y activismo político: un modelo emergente e integrador. *Revista Española de Marketing - Esic*, *21*(2), 102-116. https://doi.org/10.1016/j.sjme.2017.02.002

Satria, I., Kurnia, A., & Nurhadryani, Y. (2014). Influence of presidential candidates e-campaign towards voters in 2014 presidential election in Bogor City. International Conference on Advanced Computer Science and Information

System (ICACSIS), 90-95. IEEE. https://doi.org/10.1109/ICACSIS.2014.7065874

Seidman, G. (2013). Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Personality and Individual Differences*, *54*(3), 402-407. https://doi.org/10.1016/j.paid.2012.10.009

Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica*. Editorial LIMUSA

Walac Noticias (2022, 2 de noviembre). *Osiptel: uso de internet en la región Piura se incrementó en 10% por la pandemia del covid-19.*Walac. https://walac.pe/osiptel-uso-de-internet-en-la-region-piura-se-incremento-en-10-por-la-pandemia-del-covid-19/

Weerasinghe, S., & Hindagolla, M. C. B. (2018). Technology acceptance model and social network sites (SNS): a selected review of literature. *Global Knowledge, Memory and Communication*, *67*(3), 142–153. https://doi.org/10.1108/GKMC-09-2017-0079

Yoon, K., Pinkleton, B. E., & Ko, W. (2005). Effects of Negative Political Advertising on Voting Intention: An Exploration of the Roles of Involvement and Source Credibility in the Development of Voter Cynicism. *Journal of Marketing Communications, 11*(2), 95–112. https://doi.org/10.1080/1352726042000315423

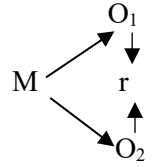
Žiliukaite, R. (2014). Voting in the election and characteristics of voters' social networks | Balsavimas rinkimuose ir rinkėjų socialinių tinklų charakteristikos. *Politologija*, *1*(73), 98–128. https://doi.org/10.15388/polit.2014.1.2992

Zhou, Y., & Pinkleton, B. E. (2012). Modeling the Effects of Political Information Source Use and Online Expression on Young Adults' Political Efficacy. *Mass Communication and Society, 15*(6), 813–830. https://doi.org/10.1080/15205436.2011.622064

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: DETERMINANTES DEL USO DE FACEBOOK E INVOLUCRAMIENTO POLÍTICO EN ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
Problema General ¿Cuál es la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura?	**Objetivo General** Determinar la relación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.	**Hipótesis General** Existen relaciones directas y significativas entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.	**Variable 1:** Determinantes del uso de Facebook **Dimensiones:** D_1 Necesidad de pertenencia D_2 Facilidad de uso percibida D_3 Utilidad percibida D_4 Disfrute percibido **Variable 2:** Involucramiento político **Dimensiones:** D_1 Involucramiento político a largo plazo o personal. D_2 Actitud hacia el voto D_3 Confianza en sus decisiones	**Tipo de investigación:** Por su propósito es básica. **Nivel o alcance:** Correlacional Hernández y Mendoza (2018) **Diseño de investigación:** No experimental, de corte transversal y tipo descriptivo correlacional. Según Arias y Covinos (2021); Hernández y Mendoza (2018).  Donde: M: Estudiantes de Ciencias de la
Problemas Específicos a) ¿Qué relación existe entre la necesidad de pertenencia y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura? b) ¿Qué relación existe entre la facilidad de uso percibida y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la comunicación de la	**Objetivos Específicos** a) Determinar la relación que existe entre la necesidad de pertenencia y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. b) Determinar la relación que existe entre la facilidad de uso percibida y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación	**Hipótesis Específicas** a) Existe relación directa y significativa entre la necesidad de pertenencia y el involucramiento político de los estudiantes en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. b) Existe relación directa y significativa entre la facilidad de uso percibida y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la		

Universidad Nacional de Piura? c) ¿Qué relación existe entre la utilidad percibida y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura? d)¿Qué relación existe entre el disfrute percibido y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura? e) ¿Qué relación existe según sexo entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura? f) ¿Qué relación existe según edad, entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la	de la Universidad Nacional de Piura. c) Determinar la relación que existe entre la utilidad percibida y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. d) Determinar la relación que existe entre el disfrute percibido y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. e) Comparar según sexo, la relación que existe entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. f) Comparar según edad, la relación que existe entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de	Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. c) Existe relación directa y significativa entre la utilidad percibida y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. d) Existe relación directa y significativa entre el disfrute percibido y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. e) Según sexo, existe relación directa y significativa entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. f) Según edad, existe relación directa y significativa entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de		Comunicación de la UNP. O_1:Determinantes del uso de Facebook. O_2: Involucramiento político. r: Correlación **Población:** 200 estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura **Muestra:** 200 estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura **Técnica:** Censo. **Instrumentos:** Cuestionario de Determinantes del Uso de Facebook Adaptado de Davis (1989), Lee (2020) y Miranda, Rubio,

Comunicación de la Universidad Nacional de Piura? g) ¿Qué relación existe según nivel de estudios entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura? h) ¿Qué relación existe según lugar de votación entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de ciencias de la comunicación de la Universidad Nacional de Piura? i)¿Qué nivel de involucramiento político predomina en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura?	Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. g) Comparar según nivel de estudios, la relación que existe entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. h) Comparar según lugar de votación, la relación que existe entre los determinantes de uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. i) Describir el nivel de involucramiento político que predomina en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura.	Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. g) Según nivel de estudios, existe relación directa y significativa entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. h) Según lugar de votación, existe relación directa y significativa entre los determinantes del uso de Facebook y el involucramiento político en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. i) El nivel de involucramiento político en los estudiantes de ciencias de la comunicación de la Universidad Nacional de Piura es medio.		Chamorro y Correia (2015) Cuestionario de Involucramiento Político Adaptado de Lee (2020), Pinkleton (1998)

Anexo 2: Instrumentos

Cuestionario N°1

CUESTIONARIO DE DETERMINANTES DEL USO DE FACEBOOK

Adaptado de Davis (1989), Lee (2020) y Miranda, Rubio, Chamorro y Correia (2015)

El presente cuestionario tiene como propósito recabar información con fines académicos sobre la relación de los determinantes de uso de Facebook y el involucramiento político en estudiantes de comunicación de la Universidad Nacional de Piura. Por ello, es importante responda con sinceridad todos los ítems presentados.

Datos informativos:

Edad: ……. **Sexo: F ( ) M ( )**

Ciclo que está cursando: …….

En elecciones, ¿Dónde usted vota?
Fuera de la región Piura ( )
Dentro de la región Piura ( )

Instrucciones:
Lea atentamente la información presentada y marque con un aspa **(X)** la respuesta que considere conveniente en cada ítem.

ÍTEMS		Muy en desa-cuerdo	En desacuer-do	Ni de acuerdo ni en desacuer do	De acuerdo	Muy de acuerdo
Necesidad de pertenencia						
1	Quiero que los demás acepten mis opiniones políticas en Facebook.	1	2	3	4	5
2	Mis sentimientos se hieren fácilmente cuando siento que los demás no aceptan mis opiniones políticas en Facebook.	1	2	3	4	5
3	No me gusta que mi opinión política quede aislada en Facebook.	1	2	3	4	5
4	Me esfuerzo por discutir cuestiones políticas con mis amigos en Facebook.	1	2	3	4	5
5	Creo que cualquier información política en Facebook es más significativa cuando se comparte con un amigo.	1	2	3	4	5
Facilidad de uso percibida						
6	Aprender a navegar en Facebook para encontrar información política me resultó fácil.	1	2	3	4	5
7	Visitar Facebook para obtener información política no requiere mucho esfuerzo mental.	1	2	3	4	5
8	Rara vez me confundo cuando encuentro información política en Facebook.	1	2	3	4	5
9	Rara vez cometo errores al buscar información política en Facebook.	1	2	3	4	5
10	Encuentro que Facebook es flexible para buscar y compartir información política.	1	2	3	4	5

ÍTEMS		Muy en desa-cuerdo	En desacuer-do	Ni de acuerdo ni en desacuer do	De acuerdo	Muy de acuerdo
Utilidad percibida						
11	El uso de Facebook para obtener información política me resulta útil para formarme una opinión política.	1	2	3	4	5
12	El uso de Facebook me ahorra tiempo a la hora de obtener información política.	1	2	3	4	5
13	Facebook me permite debatir sobre temas políticos más rápidamente.	1	2	3	4	5
14	Utilizar Facebook para obtener información política me permite formarme una opinión política más eficazmente.	1	2	3	4	5
15	El uso de Facebook me da mayor control para expresar mi opinión política.	1	2	3	4	5
Disfrute percibido						
16	Usar Facebook para obtener información política me resulta agradable.	1	2	3	4	5
17	El uso de Facebook para expresar mi opinión política me gusta.	1	2	3	4	5
18	Utilizar Facebook para obtener información política es una buena forma de emplear el tiempo.	1	2	3	4	5
19	El contenido de Facebook sobre política despierta mi curiosidad.	1	2	3	4	5
20	Usar Facebook para obtener y discutir información política me hace sentir bien.	1	2	3	4	5

Muchas gracias.

Cuestionario N°2

CUESTIONARIO DE INVOLUCRAMIENTO POLÍTICO

Adaptado de Lee (2020) y Pinkleton (1998)

Instrucciones: Lea atentamente, complete la información solicitada y marque con un aspa **(X)** la respuesta que considere conveniente en cada ítem.

Considero que mi nivel de involucramiento político es:
Alto ( )
Medio ( )
Bajo ( )

ÍTEMS		Muy en desa-cuerdo	En desacuer-do	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
Involucramiento político a largo plazo o personal						
1	La política siempre ha significado mucho para mí.	1	2	3	4	5
2	Para mí la política siempre es importante.	1	2	3	4	5
3	La política siempre ha sido relevante para mí.	1	2	3	4	5
4	Mi interés por la política es continuo.	1	2	3	4	5
5	Estoy completamente involucrado con la política.	1	2	3	4	5
6	Constantemente busco información sobre política.	1	2	3	4	5
7	Me gusta siempre estar informado sobre política.	1	2	3	4	5
8	Tengo interés continuo en la información política.	1	2	3	4	5
9	Continuamente presto atención a la información sobre política.	1	2	3	4	5
Actitud hacia el voto						
10	Votar en elecciones es una gran prioridad para mí.	1	2	3	4	5
11	Votar en elecciones es importante para mí.	1	2	3	4	5
12	Me sentiría culpable si no votara.	1	2	3	4	5
13	Me gusta votar.	1	2	3	4	5
Confianza en sus decisiones						
14	Confío en que elijo el partido/político adecuado.	1	2	3	4	5
15	Confío en mi capacidad para tomar una buena decisión política.	1	2	3	4	5
16	Confío en mi capacidad para decidir por quién votar.	1	2	3	4	5

Muchas gracias.

Anexo 3: Validez y confiabilidad de los instrumentos de medición

Las variables de estudio fueron medidas por el Cuestionario de Determinantes del uso de Facebook con 20 ítems y el Cuestionario de Involucramiento Político con 16 ítems, ambos en escalas de Likert con cinco puntos, los cuales fueron sometidos al juicio de cinco expertos y administrados a una muestra piloto de 30 estudiantes de la Universidad Nacional de Piura. Para evaluar la validez de contenido específica (en base a ítems), la validez de constructo y la confiabilidad, se utilizaron la estadística V de Aiken, el coeficiente de correlación r de Pearson corregida y los coeficientes de consistencia interna alfa de Cronbach y omega de McDonald (ML), respectivamente.

1. Evaluación de la validez

1.1. Evaluación de la validez de contenido específica

El coeficiente de concordancia V de Aiken es:

$$V = \frac{S}{n(c-1)}$$

donde:
V es el coeficiente de Aiken,
S es la suma de las calificaciones de los expertos,
c es el número de opciones de opinión,
n es el número de expertos
Las calificaciones posibles de los expertos por cada ítem son: no (0) y si (1).
Este coeficiente toma valores entre 0 y 1. Un ítem es válido si el valor p es menor a .05. El instrumento es válido si todos los ítems son válidos.
Los coeficientes V de Aiken para la validez de contenido específica de los instrumentos se detallan en las tablas 1 y 2, donde todos los coeficientes V de Aiken son iguales a 1 con valores p de .031, menores que .05, con los cuales se afirma que los instrumentos poseen validez de contenido específica por expertos.

Tabla 1
Validez de contenido específica del Cuestionario de Determinantes del uso de Facebook con el coeficiente V de Aiken (n = 5)

Item	Pertinencia		Relevancia		Claridad	
	V de Aiken	Valor p	V de Aiken	Valor p	V de Aiken	Valor p
Nec1	1	.031	1	.031	1	.031
Nec2	1	.031	1	.031	1	.031
Nec3	1	.031	1	.031	1	.031
Nec4	1	.031	1	.031	1	.031
Nec5	1	.031	1	.031	1	.031
Fac6	1	.031	1	.031	1	.031
Fac7	1	.031	1	.031	1	.031
Fac8	1	.031	1	.031	1	.031
Fac9	1	.031	1	.031	1	.031
Fac10	1	.031	1	.031	1	.031
Uti11	1	.031	1	.031	1	.031
Uti12	1	.031	1	.031	1	.031

Uti13	1	.031	1	.031	1	.031
Uti14	1	.031	1	.031	1	.031
Uti15	1	.031	1	.031	1	.031
Dis16	1	.031	1	.031	1	.031
Dis17	1	.031	1	.031	1	.031
Dis18	1	.031	1	.031	1	.031
Dis19	1	.031	1	.031	1	.031
Dis20	1	.031	1	.031	1	.031

Tabla 2
Validez de contenido específica del Cuestionario de Involucramiento político con el coeficiente V de Aiken (n = 5)

Item	Pertinencia		Relevancia		Claridad	
	V de Aiken	Valor p	V de Aiken	Valor p	V de Aiken	Valor p
Inv1	1	.031	1	.031	1	.031
Inv2	1	.031	1	.031	1	.031
Inv3	1	.031	1	.031	1	.031
Inv4	1	.031	1	.031	1	.031
Inv5	1	.031	1	.031	1	.031
Inv6	1	.031	1	.031	1	.031
Inv7	1	.031	1	.031	1	.031
Inv8	1	.031	1	.031	1	.031
Inv9	1	.031	1	.031	1	.031
Act10	1	.031	1	.031	1	.031
Act11	1	.031	1	.031	1	.031
Act12	1	.031	1	.031	1	.031
Act13	1	.031	1	.031	1	.031
Conf14	1	.031	1	.031	1	.031
Conf15	1	.031	1	.031	1	.031
Conf16	1	.031	1	.031	1	.031

1.2. Evaluación de la validez de constructo

El coeficiente de correlación r de Pearson corregida ítem–total se calcula con:

$$r_{i,x-i} = \frac{r_{ix}S_x - S_i}{\sqrt{S_x^2 + S_i^2 - 2r_{ix}S_xS_i}}$$

donde:

$r_{i,\,x-i}$ es el coeficiente de correlación r de Pearson corregida ítem–total,
r_{ix} es el coeficiente de correlación r de Pearson cruda ítem–total,
S_x es la desviación estándar de los puntajes totales de los sujetos,
S_i es la desviación estándar de los puntajes del ítem.

Este coeficiente toma valores entre –1 y 1; los ítems cuyas correlaciones corregidas son superiores a 0.2 son válidos (Muñiz, 2005; Prieto y Muñiz, 2000; Ferrer, Guilera y Peró, 2011) y, por tanto, el instrumento es válido si todos sus ítems son válidos.

El programa estadístico SPSS v.27 reporta los coeficientes de correlación r de Pearson corregida en las tablas 3 y 4. En la cuarta columna (Correlación total de elementos corregida) de esta tabla, se observan coeficientes superiores a 0.2, entre .225 del ítem

Fac7 y .839 del ítem Uti12 del Cuestionario de Determinantes del uso de Facebook, y entre .488 del ítem Act12 y .767 del ítem Inv7 del Cuestionario de Involucramiento político, por lo que todos los ítems son válidos, y, por ende, los instrumentos presentan validez de constructo con muestra piloto.

Tabla 3
Coeficientes de correlación r de Pearson corregida del Cuestionario de Determinantes del uso de Facebook (n = 30)

Ítem	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Nec1	59.53	104.671	.329	.890
Nec2	60.53	103.016	.338	.891
Nec3	60.13	95.568	.779	.876
Nec4	60.60	100.869	.475	.886
Nec5	60.13	104.257	.386	.888
Fac6	59.70	105.459	.342	.889
Fac7	59.73	106.547	.225	.893
Fac8	59.70	106.010	.253	.892
Fac9	59.83	105.523	.380	.888
Fac10	59.57	102.737	.461	.886
Uti11	60.03	94.792	.663	.879
Uti12	59.73	93.582	.839	.873
Uti13	60.03	96.792	.650	.880
Uti14	60.33	96.299	.674	.879
Uti15	60.07	100.547	.531	.884
Dis16	60.03	99.482	.671	.880
Dis17	59.97	103.826	.549	.885
Dis18	59.93	98.685	.574	.883
Dis19	59.83	100.489	.583	.883
Dis20	60.10	105.059	.373	.888

Tabla 4
Coeficientes de correlación r de Pearson corregida del Cuestionario de Involucramiento político (n = 30)

Ítem	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Inv1	50.03	74.861	.618	.912
Inv2	49.40	77.076	.582	.913
Inv3	49.57	76.392	.576	.913
Inv4	49.97	74.033	.749	.908
Inv5	50.27	78.340	.510	.915
Inv6	49.90	77.679	.491	.916
Inv7	49.50	75.500	.767	.908
Inv8	49.83	76.833	.634	.911
Inv9	49.70	79.045	.498	.915
Act10	48.73	76.754	.699	.910

Act11	48.83	75.661	.683	.910
Act12	49.03	75.344	.488	.918
Act13	49.20	74.993	.649	.911
Conf14	49.10	76.990	.658	.911
Conf15	48.97	75.964	.649	.911
Conf16	48.97	76.378	.656	.911

De los acápites 1.1 y 1.2 de la sección 1, se concluye que los instrumentos son válidos, con evidencia de validez de contenido específica y de constructo.

2. Evaluación de la confiabilidad

a) El coeficiente de consistencia interna **alfa de Cronbach** se calcula con:

$$\alpha = \frac{k}{k-1}\left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2}\right)$$

donde:
α es el coeficiente alfa de Cronbach,
S_i^2 es la varianza del i-ésimo ítem,
S_t^2 es la varianza de los puntajes totales de los sujetos,
k es el número de ítems

b) El coeficiente de consistencia interna **omega de McDonald (ML)** se calcula con:

$$\varpi = \frac{\left(\sum_{i=1}^{k} \lambda_i\right)^2}{\left(\sum_{i=1}^{k} \lambda_i\right)^2 + \sum_{i=1}^{k} (1 - \lambda_i^2)}$$

donde:
λi es la carga factorial estandarizada del ítem i
Estos coeficientes toman valores entre 0 y 1, y un valor mayor a 0.7 indica que el instrumento es confiable (Muñiz, 2005; Prieto y Muñiz, 2000; Ferrer, Guilera y Peró, 2011).

El programa estadístico SPSS v.27 reporta el coeficiente alfa de Cronbach de 0.890 para el Cuestionario de Determinantes del uso de Facebook y 0.917 para el Cuestionario de Involucramiento político (tabla 5), ambos mayores que 0.7, por lo que los instrumentos son confiables, en concordancia con el coeficiente alfa de Cronbach.

Tabla 5
Estadísticos de fiabilidad con el alfa de Cronbach

Cuestionario de Determinantes del uso de Facebook		Cuestionario de Involucramiento político	
Alfa de Cronbach	Número de ítems	Alfa de Cronbach	Número de ítems

0.890	20	0.917	16

El programa estadístico SPSS v.27 reporta el coeficiente omega de McDonald de 0.890 para el Cuestionario de Determinantes del uso de Facebook y 0.920 para el Cuestionario de Involucramiento político (tabla 6), ambos mayores que 0.7, por lo que los instrumentos son confiables, en concordancia con el coeficiente omega de McDonald (ML).

Tabla 6
Estadísticos de fiabilidad con el omega de McDonald (ML)

Cuestionario de Determinantes del uso de Facebook		Cuestionario de Involucramiento político	
Omega de McDonald (ML)	Número de ítems	Omega de McDonald (ML)	Número de ítems
0.890	20	0.920	16

Con los resultados de las secciones 1 y 2 se afirma que el Cuestionario de Determinantes del uso de Facebook y el Cuestionario de Involucramiento político son válidos y confiables.

Anexo 4: Informe de opinión de expertos

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1. Nombres y apellidos del experto: Giancarlo Saavedra Chau.
2. Título de la investigación: DETERMINANTES DE USO DE FACEBOOK E INVOLUCRAMIENTO POLITICO EN ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA EN 2023
3. Nombre del instrumento: CUESTIONARIO DE DETERMINANTES DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK.
4. INDICADORES:

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
[3]**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

DIMENSIONES / ítems		PERTINENCIA[1]		RELEVANCIA[2]		CLARIDAD[3]		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Necesidad de pertenencia								
1	Quiero que los demás acepten mis opiniones políticas en Facebook.	X		X		X		
2	Mis sentimientos se hieren fácilmente cuando siento que los demás no aceptan mis opiniones políticas en Facebook.	X		X		X		
3	No me gusta que mi opinión política quede aislada en Facebook.	X		X		X		
4	Me esfuerzo por discutir cuestiones políticas con mis amigos en Facebook.	X		X		X		
5	Creo que cualquier información política en Facebook es más significativa cuando se comparte con un amigo.	X		X		X		

16

DIMENSIONES / ítems		PERTINENCIA[1]		RELEVANCIA[2]		CLARIDAD[3]		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Facilidad de uso percibida								
6	Aprender a navegar en Facebook para encontrar información política me resultó fácil.	X		X		X		
7	Visitar Facebook para obtener información política no requiere mucho esfuerzo mental.	X		X		X		
8	Rara vez me confundo cuando encuentro información política en Facebook.	X		X		X		
9	Rara vez cometo errores al buscar información política en Facebook.	X		X		X		
10	Encuentro que Facebook es flexible para buscar y compartir información política.	X		X		X		
Utilidad percibida								
11	El uso de Facebook para obtener información política me resulta útil para formarme una opinión	X		X		X		
16	Usar Facebook para obtener información política me resulta agradable.	X		X		X		
17	El uso de Facebook para expresar mi opinión política me gusta.	X		X		X		
18	Utilizar Facebook para obtener información política es una buena forma de emplear el tiempo.	X		X		X		
19	El contenido de Facebook sobre política despierta mi curiosidad.	X		X		X		
20	Usar Facebook para obtener y discutir información política me hace sentir bien.	X		X		X		

OPINION DE APLICABILIDAD: 1) Deficiente 2) Baja 3) Regular 4) Buena 5) Muy buena X

GRADO ACADÉMICO	Magister	
DNI	CELULAR	EMAIL
43463943	+34611599043	giancarlo.saavedrachau@gmail.com

Piura, a los 13 días del mes de julio de 2023

Giancarlo Saavedra
FIRMA DEL EXPERTO

18

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1. Nombres y apellidos del experto: Giancarlo Saavedra Chau
2. Título de la investigación: DETERMINATES DE USO DE FACEBOOK E INVOLUCRAMIENTO POLITICO EN ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA EN 2023
3. Nombre del instrumento: CUESTIONARIO DE INVOLUCRAMIENTO POLITICO
4. INDICADORES

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
[3]**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

DIMENSIONES / ítems		PERTINENCIA[1]		RELEVANCIA[2]		CLARIDAD[3]		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Involucramiento político a largo plazo o personal								
1	La política siempre ha significado mucho para mí.	X		X		X		
2	Para mí la política siempre es importante.	X		X		X		
3	La política siempre ha sido relevante para mí.	X		X		X		
4	Me interés por la política es continuo.	X		X		X		
5	Estoy completamente involucrado con la política.	X		X		X		
6	Constantemente busco información sobre política.	X		X		X		
7	Me gusta siempre estar informado sobre política.	X		X		X		
8	Tengo interés continuo en la información política.	X		X		X		
9	Continuamente presto atención a la información sobre política.	X		X		X		
Actitud hacia el voto								
10	Votar en elecciones es una gran prioridad para mí.	X		X		X		
11	Votar en elecciones es importante para mí.	X		X		X		
12	Me sentiría culpable si no votara.	X		X		X		
13	Me gusta votar.							
Confianza en sus decisiones								
14	Confío en que elijo el partido/político adecuado.	X		X		X		
15	Confío en mi capacidad para tomar una buena decisión política	X		X		X		
16	Confío en mi capacidad para decidir por quién votar.	X		X		X		

OPINION DE APLICABILIDAD: 1) Deficiente 2) Baja 3) Regular 4) Buena 5) Muy buena ✓

GRADO ACADÉMICO	**Magister**	
DNI	**CELULAR**	**EMAIL**
43463943	**+34611599043**	**giancarlo.saavedrachau@gmail.com**

Piura, a los 13 días del mes de julio de 2023

FIRMA DEL EXPERTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1. Nombres y apellidos del experto: Rubén Darío Alania Contreras
2. Título de la investigación: DETERMINANTES DE USO DE FACEBOOK E INVOLUCRAMIENTO POLITICO EN ESTUDIANTES DE COMUNICACION DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA EN 2023
3. Nombre del instrumento: CUESTIONARIO DE DETERMINANTES DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK.
4. INDICADORES:

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
[3]**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

DIMENSIONES / ítems		PERTINENCIA[1]		RELEVANCIA[2]		CLARIDAD[3]		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Necesidad de pertenencia								
1	Quiero que los demás acepten mis opiniones políticas en Facebook.	x		x		x		
2	Mis sentimientos se hieren fácilmente cuando siento que los demás no aceptan mis opiniones políticas en Facebook.	x		x		x		
3	No me gusta que mi opinión política quede aislada en Facebook.	x		x		x		
4	Me esfuerzo por discutir cuestiones políticas con mis amigos en Facebook.	x		x		x		
5	Creo que cualquier información política en Facebook es más significativa cuando se comparte con un amigo.	x		x		x		

16

DIMENSIONES / ítems		PERTINENCIA[1]		RELEVANCIA[2]		CLARIDAD[3]		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Facilidad de uso percibida								
6	Aprender a navegar en Facebook para encontrar información política me resultó fácil.	x		x		x		
7	Visitar Facebook para obtener información política no requiere mucho esfuerzo mental.	x		x		x		
8	Rara vez me confundo cuando encuentro información política en Facebook.	x		x		x		
9	Rara vez cometo errores al buscar información política en Facebook.	x		x		x		
10	Encuentro que Facebook es flexible para buscar y compartir información política.	x		x		x		
Utilidad percibida								
11	El uso de Facebook para obtener información política me resulta útil para formarme una opinión política.	x		x		x		
12	El uso de Facebook me ahorra tiempo a la hora de obtener información política.	x		x		x		
13	Facebook me permite debatir sobre temas políticos más rápidamente.	x		x		x		
14	Utilizar Facebook para obtener información política me permite formarme una opinión política más eficazmente.	x		x		x		
15	El uso de Facebook me da mayor control para expresar mi opinión política.	x		x		x		
Disfrute percibido								
16	Usar Facebook para obtener información política me resulta agradable.	x		x		x		
17	El uso de Facebook para expresar mi opinión política me gusta.	x		x		x		
18	Utilizar Facebook para obtener información política es una buena forma de emplear el tiempo.	x		x		x		
19	El contenido de Facebook sobre política despierta mi curiosidad.	x		x		x		
20	Usar Facebook para obtener y discutir información política me hace sentir bien.	x		x		x		

OPINION DE APLICABILIDAD: 1) Deficiente 2) Baja 3) Regular 4) Buena X Muy buena

GRADO ACADÉMICO	Doctor	
DNI	**CELULAR**	**EMAIL**
21122935	954681801	ralaniaco@unmsm.edu.pe

Piura, a los 20_días del mes de julio de 2023



FIRMA DEL EXPERTO

18

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1. Nombres y apellidos del experto: Rubén Darío Alania Contreras |
2. Título de la investigación: DETERMINATES DE USO DE FACEBOOK E INVOLUCRAMIENTO POLÍTICO EN ESTUDIANTES DE COMUNICACION DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA EN 2023

3. Nombre del instrumento: CUESTIONARIO DE INVOLUCRAMIENTO POLÍTICO

4. INDICADORES

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
[3]**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

DIMENSIONES / ítems		PERTINENCIA[1]		RELEVANCIA[2]		CLARIDAD[3]		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Involucramiento político a largo plazo o personal								
1	La política siempre ha significado mucho para mí.	x		x		x		
2	Para mí la política siempre es importante.	x		x		x		
3	La política siempre ha sido relevante para mí.	x		x		x		
4	Me interés por la política es continuo.	x		x		x		
5	Estoy completamente involucrado con la política.	x		x		x		
6	Constantemente busco información sobre política.	x		x		x		
7	Me gusta siempre estar informado sobre política.	x		x		x		
8	Tengo interés continuo en la información política.	x		x		x		
9	Continuamente presto atención a la información sobre política.	x		x		x		
Actitud hacia el voto								
10	Votar en elecciones es una gran prioridad para mí.	x		x		x		
11	Votar en elecciones es importante para mí.	x		x		x		
12	Me sentiría culpable si no votara.	x		x		x		
13	Me gusta votar.	x		x		x		
Confianza en sus decisiones								
14	Confío en que elijo el partido/político adecuado.	x		x		x		
15	Confío en mi capacidad para tomar una buena decisión política	x		x		x		
16	Confío en mi capacidad para decidir por quién votar.	x		x		x		

OPINION DE APLICABILIDAD: 1) Deficiente 2) Baja 3) Regular 4) Buena ✗ Muy buena

GRADO ACADÉMICO	Doctor	
DNI	**CELULAR**	**EMAIL**
21122935	954681801	ralaniaco@unmsm.edu.pe

Piura, a los 20_días del mes de julio de 2023



FIRMA DEL EXPERTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1. Nombres y apellidos del experto: RAÚL REYNALDO CRUZ ZAPATA
2. Título de la investigación: DETERMINANTES DE USO DE FACEBOOK E INVOLUCRAMIENTO POLÍTICO EN ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA EN 2023
3. Nombre del instrumento: CUESTIONARIO DE DETERMINANTES DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK.
4. INDICADORES:

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
[3]**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

DIMENSIONES / ítems		PERTINENCIA[1]		RELEVANCIA[2]		CLARIDAD[3]		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Necesidad de pertenencia								
1	Quiero que los demás acepten mis opiniones políticas en Facebook.	X		X		X		
2	Mis sentimientos se hieren fácilmente cuando siento que los demás no aceptan mis opiniones políticas en Facebook.	X		X		X		
3	No me gusta que mi opinión política quede aislada en Facebook.	X		X		X		
4	Me esfuerzo por discutir cuestiones políticas con mis amigos en Facebook.	X		X		X		
5	Creo que cualquier información política en Facebook es más significativa cuando se comparte con un amigo.	X		X		X		
Facilidad de uso percibida								
6	Aprender a navegar en Facebook para encontrar información política me resultó fácil.	X		X		X		
7	Visitar Facebook para obtener información política no requiere mucho esfuerzo mental.	X		X		X		
8	Rara vez me confundo cuando encuentro información política en Facebook.	X		X		X		
9	Rara vez cometo errores al buscar información política en Facebook.	X		X		X		
10	Encuentro que Facebook es flexible para buscar y compartir información política.	X		X		X		
Utilidad percibida								
11	El uso de Facebook para obtener información política me resulta útil para formarme una opinión política.	X		X		X		
12	El uso de Facebook me ahorra tiempo a la hora de obtener información política.	X		X		X		
13	Facebook me permite debatir sobre temas políticos más rápidamente.	X		X		X		
14	Utilizar Facebook para obtener información política me permite formarme una opinión política más eficazmente.	X		X		X		
15	El uso de Facebook me da mayor control para expresar mi opinión política.	X		X		X		
Disfrute percibido								
16	Usar Facebook para obtener información política me resulta agradable.	X		X		X		
17	El uso de Facebook para expresar mi opinión política me gusta.	X		X		X		
18	Utilizar Facebook para obtener información política es una buena forma de emplear el tiempo.	X		X		X		
19	El contenido de Facebook sobre política despierta mi curiosidad.	X		X		X		
20	Usar Facebook para obtener y discutir información política me hace sentir bien.	X		X		X		

OPINION DE APLICABILIDAD: 1) Deficiente 2) Baja 3) Regular 4) Buena X Muy buena

GRADO ACADÉMICO	MAGISTER	
DNI	CELULAR	EMAIL
42060912	925429516	reynaldocruz.consultora@gmail.com

Piura, a los 19 días del mes de Julio de 2023

FIRMA DEL EXPERTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1. Nombres y apellidos del experto: RAUL REYNALDO CRUZ ZAPATA
2. Título de la investigación: DETERMINATES DE USO DE FACEBOOK E INVOLUCRAMIENTO POLÍTICO EN ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA EN 2023
3. Nombre del instrumento: CUESTIONARIO DE INVOLUCRAMIENTO POLÍTICO
4. INDICADORES

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
[3]**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

DIMENSIONES / ítems		PERTINENCIA[1]		RELEVANCIA[2]		CLARIDAD[3]		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Involucramiento político a largo plazo o personal								
1	La política siempre ha significado mucho para mí.	X		X		X		
2	Para mí la política siempre es importante.	X		X		X		
3	La política siempre ha sido relevante para mí.	X		X		X		
4	Me interés por la política es continuo.	X		X		X		
5	Estoy completamente involucrado con la política.	X		X		X		
6	Constantemente busco información sobre política.	X		X		X		
7	Me gusta siempre estar informado sobre política.	X		X		X		
8	Tengo interés continuo en la información política.	X		X		X		
9	Continuamente presto atención a la información sobre política.	X		X		X		
Actitud hacia el voto								
10	Votar en elecciones es una gran prioridad para mí.	X		X		X		
11	Votar en elecciones es importante para mí.	X		X		X		
12	Me sentiría culpable si no votara.	X		X		X		
13	Me gusta votar.			X		X		
Confianza en sus decisiones								
14	Confío en que elijo el partido/político adecuado.	X		X		X		
15	Confío en mi capacidad para tomar una buena decisión política	X		X		X		
16	Confío en mi capacidad para decidir por quién votar.	X		X		X		

OPINION DE APLICABILIDAD: 1) Deficiente 2) Baja 3) Regular 4) Buena 5) Muy buena

GRADO ACADÉMICO	Magister	
DNI	CELULAR	EMAIL
42060912	925429516	reynaldocruz.comunica@gmail.com

Piura, a los 19 días del mes de Julio de 2023

FIRMA DEL EXPERTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1. Nombres y apellidos del experto: Maida del Pilar Barrientos Benites
2. Título de la investigación: DETERMINANTES DE USO DE FACEBOOK E INVOLUCRAMIENTO POLÍTICO EN ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA EN 2023
3. Nombre del instrumento: CUESTIONARIO DE DETERMINANTES DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK.
4. INDICADORES:

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
[3]**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

DIMENSIONES / ítems		PERTINENCIA[1]		RELEVANCIA[2]		CLARIDAD[3]		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Necesidad de pertenencia								
1	Quiero que los demás acepten mis opiniones políticas en Facebook.	X		X		X		
2	Mis sentimientos se hieren fácilmente cuando siento que los demás no aceptan mis opiniones políticas en Facebook.	X		X		X		
3	No me gusta que mi opinión política quede aislada en Facebook.	X		X		X		
4	Me esfuerzo por discutir cuestiones políticas con mis amigos en Facebook.	X		X		X		
5	Creo que cualquier información política en Facebook es más significativa cuando se comparte con un amigo.	X		X		X		
Facilidad de uso percibida								
6	Aprender a navegar en Facebook para encontrar información política me resultó fácil.	X		X		X		
7	Visitar Facebook para obtener información política no requiere mucho esfuerzo mental.	X		X		X		
8	Rara vez me confundo cuando encuentro información política en Facebook.	X		X		X		
9	Rara vez cometo errores al buscar información política en Facebook.	X		X		X		
10	Encuentro que Facebook es flexible para buscar y compartir información política.	X		X		X		
Utilidad percibida								
11	El uso de Facebook para obtener información política me resulta útil para formarme una opinión política.	X		X		X		
12	El uso de Facebook me ahorra tiempo a la hora de obtener información política.	X		X		X		
13	Facebook me permite debatir sobre temas políticos más rápidamente.	X		X		X		
14	Utilizar Facebook para obtener información política me permite formarme una opinión política más eficazmente.	X		X		X		
15	El uso de Facebook me da mayor control para expresar mi opinión política.	X		X		X		
Disfrute percibido								
16	Usar Facebook para obtener información política me resulta agradable.	X		X		X		
17	El uso de Facebook para expresar mi opinión política me gusta.	X		X		X		
18	Utilizar Facebook para obtener información política es una buena forma de emplear el tiempo.	X		X		X		
19	El contenido de Facebook sobre política despierta mi curiosidad.	X		X		X		
20	Usar Facebook para obtener y discutir información política me hace sentir bien.	X		X		X		

OPINION DE APLICABILIDAD: 1) Deficiente 2) Baja 3) Regular 4) Buena 5) Muy buena

GRADO ACADÉMICO	Magister	
DNI	CELULAR	EMAIL
03466055	932661678	mbarrientosb@unp.edu.pe

Piura, a los 20 días del mes de Julio de 2023

FIRMA DEL EXPERTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1. Nombres y apellidos del experto: Maribel del Pilar Barrientos Benites
2. Título de la investigación: DETERMINATES DE USO DE FACEBOOK E INVOLUCRAMIENTO POLÍTICO EN ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA EN 2023
3. Nombre del instrumento: CUESTIONARIO DE INVOLUCRAMIENTO POLÍTICO
4. INDICADORES

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
[3]**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

DIMENSIONES / ítems		PERTINENCIA[1]		RELEVANCIA[2]		CLARIDAD[3]		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Involucramiento político a largo plazo o personal								
1	La política siempre ha significado mucho para mí.	X		X		X		
2	Para mí la política siempre es importante.	X		X		X		
3	La política siempre ha sido relevante para mí.	X		X		X		
4	Me interés por la política es continuo.	X		X		X		
5	Estoy completamente involucrado con la política.	X		X		X		
6	Constantemente busco información sobre política.	X		X		X		
7	Me gusta siempre estar informado sobre política.	X		X		X		
8	Tengo interés continuo en la información política.	X		X		X		
9	Continuamente presto atención a la información sobre política.	X		X		X		
Actitud hacia el voto								
10	Votar en elecciones es una gran prioridad para mí.	X		X		X		
11	Votar en elecciones es importante para mí.	X		X		X		
12	Me sentiría culpable si no votara.	X		X		X		
13	Me gusta votar.	X		X		X		
Confianza en sus decisiones								
14	Confío en que elijo el partido/político adecuado.	X		X		X		
15	Confío en mi capacidad para tomar una buena decisión política	X		X		X		
16	Confío en mi capacidad para decidir por quién votar.	X		X		X		

OPINION DE APLICABILIDAD: 1) Deficiente 2) Baja 3) Regular 4) Buena 5) Muy buena X

GRADO ACADÉMICO	Magister	
DNI	CELULAR	EMAIL
03466055	932661678	mbarrientosb@unp.edu.pe

Piura, a los 20 días del mes de julio de 2023

FIRMA DEL EXPERTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1. Nombres y apellidos del experto: Marco Antonio Rumiche Purizaca
2. Título de la investigación: DETERMINANTES DE USO DE FACEBOOK E INVOLUCRAMIENTO POLÍTICO EN ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA EN 2023
3. Nombre del instrumento: CUESTIONARIO DE DETERMINANTES DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK.
4. INDICADORES:

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
[3]**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

	DIMENSIONES / ítems	PERTINENCIA[1]		RELEVANCIA[2]		CLARIDAD[3]		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Necesidad de pertenencia							
1	Quiero que los demás acepten mis opiniones políticas en Facebook.	X		X		X		
2	Mis sentimientos se hieren fácilmente cuando siento que los demás no aceptan mis opiniones políticas en Facebook.	X		X		X		
3	No me gusta que mi opinión política quede aislada en Facebook.	X		X		X		
4	Me esfuerzo por discutir cuestiones políticas con mis amigos en Facebook.	X		X		X		
5	Creo que cualquier información política en Facebook es más significativa cuando se comparte con un amigo.	X		X		X		
	Facilidad de uso percibida							
6	Aprender a navegar en Facebook para encontrar información política me resultó fácil.	X		X		X		
7	Visitar Facebook para obtener información política no requiere mucho esfuerzo mental.	X		X		X		
8	Rara vez me confundo cuando encuentro información política en Facebook.	X		X		X		
9	Rara vez cometo errores al buscar información política en Facebook.	X		X		X		
10	Encuentro que Facebook es flexible para buscar y compartir información política.	X		X		X		
	Utilidad percibida							
11	El uso de Facebook para obtener información política me resulta útil para formarme una opinión política.	X		X		X		
12	El uso de Facebook me ahorra tiempo a la hora de obtener información política.	X		X		X		
13	Facebook me permite debatir sobre temas políticos más rápidamente.	X		X		X		
14	Utilizar Facebook para obtener información política me permite formarme una opinión política más eficazmente.	X		X		X		
15	El uso de Facebook me da mayor control para expresar mi opinión política.	X		X		X		
	Disfrute percibido							
16	Usar Facebook para obtener información política me resulta agradable.	X		X		X		
17	El uso de Facebook para expresar mi opinión política me gusta.	X		X		X		
18	Utilizar Facebook para obtener información política es una buena forma de emplear el tiempo.	X		X		X		
19	El contenido de Facebook sobre política despierta mi curiosidad.	X		X		X		
20	Usar Facebook para obtener y discutir información política me hace sentir bien.	X		X		X		

OPINION DE APLICABILIDAD: 1) Deficiente 2) Baja 3) Regular 4) Buena ~~5)~~ Muy buena

GRADO ACADÉMICO	Magíster	
DNI	CELULAR	EMAIL
02845223	969610257	mrumiche@unp.edu.pe

Piura, a los 06 días del mes de Julio de 2023

FIRMA DEL EXPERTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1. Nombres y apellidos del experto: Marco Antonio Rumiche Purizaca.
2. Título de la investigación: DETERMINATES DE USO DE FACEBOOK E INVOLUCRAMIENTO POLÍTICO EN ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA EN 2023
3. Nombre del instrumento: CUESTIONARIO DE INVOLUCRAMIENTO POLÍTICO
4. INDICADORES

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
[3]**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

DIMENSIONES / ítems		PERTINENCIA[1]		RELEVANCIA[2]		CLARIDAD[3]		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Involucramiento político a largo plazo o personal								
1	La política siempre ha significado mucho para mí.	X		X		X		
2	Para mí la política siempre es importante.	X		X		X		
3	La política siempre ha sido relevante para mí.	X		X		X		
4	Me interés por la política es continuo.	X		X		X		
5	Estoy completamente involucrado con la política.	X		X		X		
6	Constantemente busco información sobre política.	X		X		X		
7	Me gusta siempre estar informado sobre política.	X		X		X		
8	Tengo interés continuo en la información política.	X		X		X		
9	Continuamente presto atención a la información sobre política.	X		X		X		
Actitud hacia el voto								
10	Votar en elecciones es una gran prioridad para mí.	X		X		X		
11	Votar en elecciones es importante para mí.	X		X		X		
12	Me sentiría culpable si no votara.	X		X		X		
13	Me gusta votar.	X		X		X		
Confianza en sus decisiones								
14	Confío en que elijo el partido/político adecuado.	X		X		X		
15	Confío en mi capacidad para tomar una buena decisión política	X		X		X		
16	Confío en mi capacidad para decidir por quién votar.	X		X		X		

OPINION DE APLICABILIDAD: 1) Deficiente 2) Baja 3) Regular 4) Buena 5) Muy buena

GRADO ACADÉMICO	Magíster	
DNI	CELULAR	EMAIL
02845223	969610257	mrumiche8@unp.edu.pe

Piura, a los 06 días del mes de Julio de 2023

RUMICHE B.
FIRMA DEL EXPERTO

Anexo 5: Solicitud autorización aplicación de encuestas

"AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO"

SOLICITO: Autorización para la aplicación de encuesta de investigación.

Mg. Marco Rumiche Purizaca
Director de la Escuela de Comunicación de la Universidad Nacional de Piura
Piura.

Yo, Isabel Valdivieso Añazco, identificada con DNI 43190513, con domicilio en Urb. El Bosque Mz. L Lote 19. Ante usted respetuosamente me presento y expongo:

Que actualmente curso el tercer semestre de la Maestría en Comunicaciones de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y me encuentro en el desarrollo de la tesis "*Determinantes de uso de Facebook e involucramiento político en estudiantes de comunicación de la Universidad Nacional de Piura en 2023*". El objetivo de mi investigación es comparar la relación que existe entre los determinantes de uso de Facebook y el involucramiento político de los estudiantes de pregrado de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura (UNP). Para ello he planteado la aplicación de dos cuestionarios; el primero en referencia a los determinantes de uso de la red social Facebook (adaptado de Davis (1989), Lee (2020) y Miranda, Rubio, Chamorro y Correia (2015)) y el segundo sobre involucramiento político (adaptado de Lee (2020) y Pinkleton (1998)).

Considero que la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNP, es un lugar ideal para llevar a cabo esta encuesta debido a la trascendencia del tema desde el ámbito de la formación integral que desarrolla la universidad, el fomento de la participación política de los jóvenes con miras a promover una ciudadanía involucrada con su entorno y por el deseo de un recambio generacional positivo en política. En este sentido, solicito su valioso apoyo a fin de autorizar la aplicación de la encuesta en la escuela que Ud. dirige. Estoy dispuesta a adaptar la forma, el horario y la logística de la encuesta de acuerdo con las consideraciones que sugiera. Asimismo, me comprometo una vez finalizada la investigación a remitir el resultado de la encuesta para los fines que considere pertinente.

POR LO EXPUESTO:
Ruego a usted acceder a mi solicitud.

Piura, 06 de julio de 2023.

Isabel Valdivieso Añazco
DNI 43190513

Contacto : 968412230
Correo : isabelvaldivieso3@gmail.com

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN
JEFATURA
06 JUL 2023

Anexo 6: Base de datos

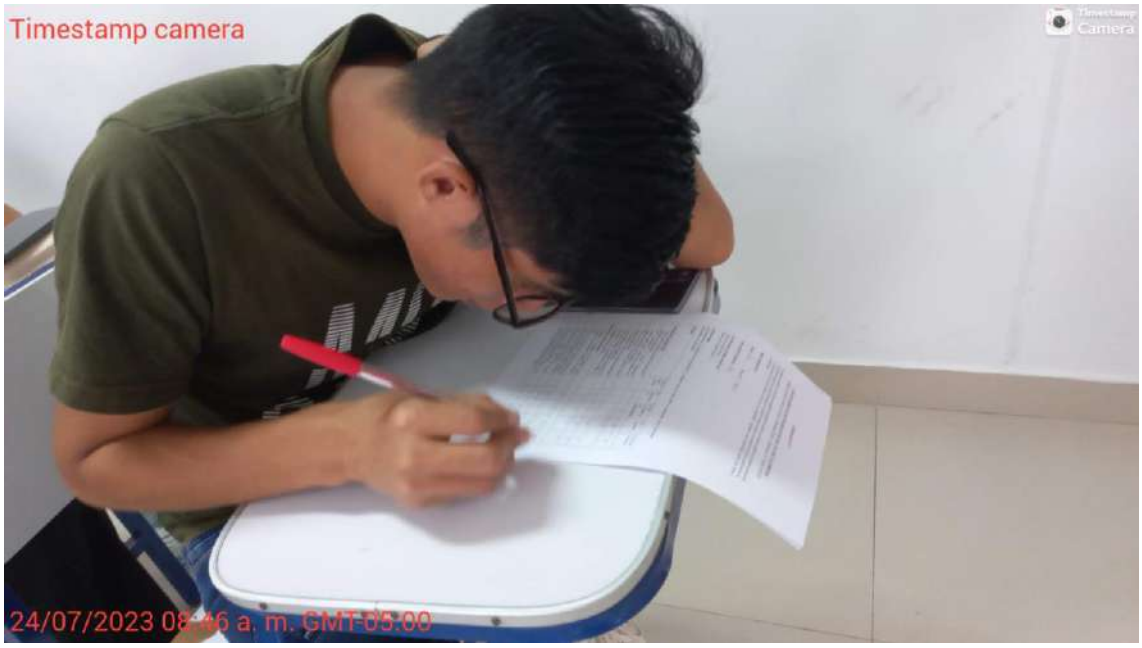
nESTUD	Sexo	Edad	Ciclo	Lugar	Nec1	Nec2	Nec3	Nec4	Nec5	Fac6	Fac7	Fac8	Fac9	Fac10	Uti11	Uti12	Uti13	Uti14	Uti15	Dis16	Dis17	Dis18	Dis19	Dis20
1	M	23	9	2	4	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
2	M	23	9	2	5	4	2	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	3	4	4
3	F	24	9	2	4	3	4	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	F	25	9	2	2	1	2	2	3	3	3	1	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	1
5	F	23	9	2	3	1	2	1	4	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2
6	M	22	9	2	5	5	3	2	4	4	3	2	4	3	2	2	2	4	4	3	1	3	2	2
7	M	24	9	2	3	4	5	2	4	3	5	2	3	4	2	4	3	2	1	2	1	2	1	1
8	M	23	9	2	4	1	4	3	3	1	4	4	2	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3
9	M	23	9	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3
10	F	29	9	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	M	23	9	2	3	2	3	3	4	4	3	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	2
12	F	25	9	2	3	4	4	1	1	4	4	4	3	3	4	4	2	4	2	3	4	4	4	3
13	F	23	9	2	3	2	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3
14	F	22	9	2	4	3	4	3	4	2	2	3	3	3	4	4	2	3	4	4	3	3	3	3
15	M	21	9	2	3	2	4	2	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
16	F	23	9	2	2	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	5	3	3	4
17	F	22	9	2	4	4	4	1	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4
18	F	24	9	2	4	2	3	2	2	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2
19	M	25	9	2	4	4	5	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4
20	F	22	9	2	3	1	1	3	3	2	2	4	2	4	1	3	2	2	3	3	3	2	3	3
21	F	20	9	2	1	4	5	4	3	5	3	5	3	5	4	5	4	3	4	3	3	4	2	3
22	F	20	9	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4
23	M	22	9	2	4	1	4	3	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
24	M	25	9	2	4	3	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	3	1	4	3	4	2	4	3
25	F	20	7	2	3	3	4	2	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
26	F	21	7	2	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3
27	F	21	7	2	3	3	3	2	5	2	2	3	2	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3
28	F	21	7	2	4	4	4	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	F	22	7	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
30	F	21	7	2	4	4	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4
31	M	22	7	1	3	1	1	1	2	4	3	1	2	3	1	1	1	1	1	2	3	4	1	3
32	F	20	7	2	4	2	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	2	4	3	3	3	4	3
33	F	22	7	2	3	3	3	2	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	4	3	4	4	3	3
34	F	21	7	2	5	5	4	1	3	4	2	2	2	3	5	4	5	3	5	3	3	4	3	4
35	M	22	7	2	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	3	4	4	2	2	1	1	1	1	1
36	F	23	7	1	4	1	4	3	3	5	5	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	4
37	M	20	7	2	5	3	1	1	3	3	2	1	5	2	3	4	1	5	3	2	3	5	1	1
38	F	23	7	2	3	1	1	1	3	3	3	2	4	3	4	3	4	3	2	2	1	3	3	1

Anexo 7: Fotografías aplicación de encuestas






Timestamp camera
Timestamp Camera
BEAUTIFUL
24/07/2023 08:46 a. m. GMT-05:00


Timestamp camera
Timestamp Camera
24/07/2023 08:46 a. m. GMT-05:00