



Este es un artículo  
OpenAccess publicado bajo  
La licencia Creative  
CommonsAtribucion 4.0  
International  
(CC-BY 4.0)

## “Participación de las audiencias con discapacidad visual frente a los medios digitales: caso tecnoconocimiento accesible”

Por Guillermo Maura Lau  
<https://orcid.org/0000-0002-9669-2827>

Gianella Del Pilar Delgado Huarcaya, sustentó su tesis en el presente año, para optar el Título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.. La investigación busca conocer el consumo del público con discapacidad visual, el uso y gratificaciones luego de interactuar con los contenidos publicados en el blog y canal de YouTube Tecnoconocimiento Accesible.

La investigación es cualitativa, de campo, donde se busca determinar la participación de las personas con discapacidad visual en el blog y canal de YouTube Teconoconociento Accesible. La participación se determinará a través de la comprobación del acceso a las plataformas y el beneficio que obtienen las audiencias con discapacidad visual.

Para el proceso, se emplean herramientas de recolección: fichas de ob-

servación, encuestas, entrevistas informales y entrevistas a profundidad estructuradas o no estructuradas, que permiten un recojo y sistematización de datos exhaustivo.

La tesis es relevante, debido a que se analiza un público con necesidades de comunicación digital desatendidas: audiencia invidente. Asimismo, la investigación nos muestra un aporte referido a la teoría de usos y gratificaciones que brindan los medios de comunicación digital a sus públicos.

La tesista señala la relevancia de los medios digitales como los blog o canales de YouTube para las personas con discapacidad visual. Se establecen lineamientos específicos para que los mensajes lleguen en forma adecuada a la audiencia con discapacidad visual

y se logre gratificación en el público. También determina que la gratificación cognitiva es la más importante

para los usuarios con discapacidad visual que consumen el medio digital  
Tecnocimiento Accesible.



Este es un artículo  
OpenAccess publicado bajo  
La licencia Creative  
CommonsAtribucion 4.0  
International  
(CC-BY 4.0)

## “Discurso político en la red social facebook durante las elecciones municipales 2018 caso: jorge muñoz de acción popular.

Por Guillermo Maura Lau  
<https://orcid.org/0000-0002-9669-2827>

Guadalupe Saavedra Vargas, sustentó su tesis en el 2022, para optar el Título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación. La investigación busca analizar el discurso político del candidato Jorge Muñoz durante las elecciones municipales de Lima en el 2018, en su estrategia de comunicación a través de contenidos y formatos publicados en su red social.

La investigación es descriptiva con un enfoque cualitativo, donde se busca comprobar que el candidato Jorge Muñoz manejó un discurso persuasivo en tono positivo como estrategia propagandística con las ideas fuerza “experiencia y honestidad”, “Muñoz Ya Sabe”, y se orienta a un público juvenil, a través de una red social. Se comprueba el manejo discursivo del candidato Jorge Muñoz a través del análisis de las publicaciones realizadas a través de la red social Facebook.

Para el proceso, se emplea la ficha de observación, aplicada en las publicaciones del candidato Jorge Muñoz en Facebook, que permiten un recojo y sistematización de datos en forma exhaustiva.

La tesis es relevante, al analizar el discurso político de la página de Facebook del candidato Jorge Muñoz en las elecciones municipales de Lima 2018 para su estrategia de comunicación. También evalúa los contenidos, la coherencia del discurso, así como la frecuencia del formato audiovisual en la campaña desplegada.

La tesista señala que se comprobó que el candidato Jorge Muñoz manejó un discurso persuasivo en tono positivo, donde proyectó que él sería la solución a los problemas de corrupción e improvisación. Asimismo, demuestra el uso predominante de contenidos informativos, explicativos y argumenta-

tivos en su campaña política en la red social Facebook. La coherencia en el discurso de las piezas gráficas se dio

conforme al concepto de campaña y la identidad del partido político que representaba.