

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN APROBADO EN EL 2023

1.0 Título del proyecto

Desigualdad digital y ciudadanía en las redes sociales. Caso peruano 2019-2022

(ACU N°0904-2023)

2.0 Autor/es del proyecto

Julio Mejía¹

José Martínez²

Rubén Ticona³

3.0 Resumen

Este estudio se analizó la relación de la desigualdad digital y la ciudadanía digital en usuarios de redes sociales en el Perú en el periodo 2019-2022, mediante las técnicas de investigación de Big data. Después de la pandemia por COVID-19 el proceso de digitalización se incrementó en las instituciones públicas de manera decisiva. Proceso de ampliación de la ciudadanía que conlleva al desarrollo de brechas digitales pronunciadas, especialmente entre los usuarios con menos educación, menos ingresos económicos y mayor edad. Además, el examen de los emoticones de la red social Facebook, la más utilizada, permite una aproximación a la gestación de un cuadro emocional polarizado en la ciudadanía, entre los que gustan y aceptan la información de la SUNAT y aquellos a los que les molestan y entristecen los mismos contenidos. La investigación se basó en la utilización de Machine Learning para definir las agrupaciones de datos de las redes sociales, medidas de centralidad y mediación, el análisis lexicográfico en el contenido de mensajes y topografía de las redes sociales.

Abstract

This study analyzed the relationship between digital inequality and digital citizenship in social network users in Peru in the period 2019-2022, using Big data research techniques. After the COVID-19 pandemic, the digitalization process increased decisively in public institutions. Process of expanding citizenship that leads to the development of pronounced digital gaps, especially among users with less education, less income and older age. Furthermore, the examination of the emoticons of the social network Facebook, the most used, allows an approach to the development of a polarized emotional picture in citizens, between those who like and accept the information from the SUNAT and those who are bothered by it. and sadden the same contents. The research was based on the use of Machine Learning to define the

¹ Facultad de Programa de Estudios Básicos/Cátedra América Latina y la Colonialidad del Poder Anibal Quijano/Programa de Estudios Básicos la Universidad Ricardo Palma. Código ORCID: 0000-0002-4170-5643. Correo institucional: julio.mejian@urp.edu.pe

² Facultad de Ingeniería/Programa de Estudios Básicos la Universidad Ricardo Palma. Código ORCID: 0000-0003-4711-4913. Correo institucional: jmartinez@urp.edu.pe

³ Facultad de Programa de Estudios Básicos /Programa de Estudios Básicos la Universidad Ricardo Palma Código ORCID: 0000-0002-4601-4542. Correo institucional: Ruben.ticona@urp.edu.pe

groupings of data from social networks, measures of centrality and mediation, lexicographic analysis of the content of messages and topography of social networks.

Palabras claves: Ciudadanía digital; participación política digital; brecha democrática; polarización emocional.

Keyword: Digital citizenship; digital political participation; democratic gap; polarization on social networks.

4.0 Introducción

Esta investigación plantea como problemática el acceso al Internet como mecanismo de empoderamiento y participación política digital de los usuarios peruanos en las redes sociales de la Páginas Web y Facebook de los Ministerios del Perú del 2019-2022. En este estudio, cuando se menciona de la participación política digital, se hace referencia a la capacidad de los usuarios para acceder a las redes sociales de la Administración Pública (Ministerios), denominado Gobierno Electrónico.

Para Mesa (2015), las redes sociales desempeñan un nuevo papel en la administración pública peruana al proporcionar un espacio que favorece la interacción Estado - Ciudadano, promoviendo así la participación política digital. El Gobierno Electrónico se presente como la oportunidad de desarrollar una nueva relación entre el Gobierno, los ciudadanos, los usuarios de servicios y las empresas, a través de las TIC, permitiendo la difusión y recopilación de información y servicios tanto dentro como fuera del gobierno para la prestación de servicios, la toma de decisiones y la rendición de cuentas. (Citado por Mesa, PCM, 2013:26).

En ese sentido, Mesa (2015) destaca que el Gobierno Electrónico representa una iniciativa mundial que busca fomentar una mayor cercanía del Estado con los ciudadanos. Esto implica abrir la información pública que posee el Estado al ciudadano y, con ello, fomentar una mayor participación y colaboración. En la misma línea, Cruz-Rubio (2014:3) plantea que se debe buscar tener presencia en Redes Sociales para acercar la administración a la ciudadanía, hacerla más amigable, permitir al ciudadano interactuar con la administración, escuchar activamente los comentarios de la ciudadanía, ser una administración más proactiva, incluir aportes ciudadanos y contribuir con la transparencia de la entidad, ya que la interacción con la ciudadanía se realiza de manera pública.

Las redes sociales se presentan como las nuevas formas de medir la participación política digital. Los nuevos ciudadanos van a ser principalmente nativos digitales, lo que supone un mayor consumo de información e interacción por parte de ellos al convertir las redes sociales en su medio natural de acción. (Citado por Mesa, PCM, 2012:17-20).

Desde la década de los 90, Perú ha emprendido un proceso de reforma y modernización del Estado que sigue la filosofía planteada por la Nueva Gestión Pública (NGP). En 2001 se aprobó la directiva para usar el servicio de correo electrónico en las entidades de la administración pública, creando el Portal del Estado Peruano como portal de máxima jerarquía entre los portales de la administración pública. Posteriormente, se crea el portal de servicios al ciudadano y empresas (2006) y se establece que este portal sirva de ventanilla única del Estado para acceder a servicios (2007) y en el 2010, se establecieron los lineamientos para la implementación del portal de transparencia estándar en las entidades de la administración pública (Citado por Mesa, PCM 2013).

Según Comscore (2021), en el 2021 se registraron 3,5 millones de publicaciones en redes sociales. Cada post generó 373 interacciones en promedio. El 72% ocurrieron en Facebook, aunque Instagram va ganando cada vez más protagonismo. El informe destaca que, durante

el 2021, los números de crecimiento de usuarios e interacciones aumentaron en comparación con el 2020, marcando un nuevo récord anual: el 83% de los usuarios del continente accede a plataformas de redes sociales. Entre enero y diciembre del año pasado, Perú alcanzó 3.5 millones de publicaciones y 1,500 millones de interacciones. En promedio, se realizan 373 interacciones por post en Facebook, Twitter o Instagram.

Ya este año, según Statista Research Department (2023), en una encuesta realizada en Perú en 2021 mostró el porcentaje de personas que se conectan a internet de acuerdo a la forma de uso. La mayoría de los encuestados, cerca del (91%), respondieron que su acceso a internet se relacionaba con el uso de las redes sociales y las apps de mensajería instantánea. Asimismo, otro gran porcentaje, alrededor del (52,5%) de los participantes, dijeron que usaron internet para buscar información o leer las noticias. Asimismo, en Perú, la población total está conformada por (33.52) millones de personas, de las cuales el (78.7%) está residenciada en zonas urbanizadas. Por otro lado, el número de usuarios conectados a internet es de (21.89) millones, es decir, el (65.3%) de la población total tiene acceso a este servicio y (28.10 millones) están activos en redes sociales. En un año, la población peruana ha crecido +1.1% (356 mil personas) y el número de celulares conectados +4%, es decir, actualmente hay 1.5 millones de dispositivos nuevos. Mientras que, el número de usuarios conectados a redes sociales aumentó en un + 4.1%, es decir, para este año se crearon 1.1 millón de perfiles.

De acuerdo con un estudio del Banco Mundial descrito por Mesa (2015), en el país no se tiene evidencias claras del nivel de uso de los medios sociales por parte de la ciudadanía. Entodo caso, se concentra en la zona de la costa, ya que la extensión de la banda ancha a buena parte de las zonas “Sierra” y “Selva” es aún una tarea pendiente. Además de las redessociales, existe un progreso de las entidades públicas quienes encontraron a las páginas webcomo espacios para brindar información a los ciudadanos para luego propiciar la prestación de servicios en línea y finalmente poder interactuar con los ciudadanos aperturando espaciosde consulta como chats, foros, entre otro (Citado por Mesa, PCM: 2014).

Agradecemos a la Doctora Sandra Negro, Vicerrectora de investigación de la Universidad Ricardo Palma, por su constante apoyo al desarrollo de la presente investigación.

5.0 Planteamiento del Problema.

En este estudio, se analiza la relación entre la desigualdad digital y la ciudadanía digital de los usuarios en las redes sociales de los Ministerios del Perú del 2019 al 2022.

La llegada de la virtualidad ha traído consigo profundos cambios en el ámbito social y de la comunicación. Este hito ha implicado la transformación del modelo comunicativo tradicional jerárquico y vertical, en el que los ciudadanos eran solo receptores de información, en otro modelo de interacción comunicativa horizontal y multidireccional entre los usuarios de la red. Las nuevas plataformas, entre ellas las redes sociales online, han dado paso a que los ciudadanos se relacionen e interactúen con su entorno y en todos los ámbitos de la esfera pública y política.

Esta transformación ha suscitado interrogantes significativas en la comunidad académica y entre los expertos sobre la magnitud del cambio en la participación ciudadana en la esfera pública. Si se mantienen los roles tradicionales de mediación comunicativa y cómo se están reconfigurando las relaciones entre la ciudadanía y los agentes sociopolíticos cuando se transfiere el debate de la esfera pública al espacio mediado digitalmente (Benkler, 2015; Castells, 2009).

Diversos enfoques teóricos han abordado el potencial que han desarrollado las redes sociales desde sus inicios para vincular a personas que, sin estas herramientas, no tendrían ningún tipo de repercusión ni opción para hacerse escuchar en el espacio público (Serrano-Contreras et al., 2020; Schäfer 2015; Ellwardt et al., 2012). La adopción de roles de los nuevos actores que se incorporan a estos espacios ha reconfigurado el concepto de entorno público digital. Existen diversas teorías de la desintermediación que se refieren a estos espacios como la “esfera pública híbrida” (Chadwick, 2013). El sistema híbrido de medios facilita la desintermediación, aportando un escenario que el que los ciudadanos de a pie adquieren cierto poder para decidir u orientar las decisiones que afectan al conjunto de la comunidad (Benkler 2015). Este contexto, denominado por Dahlgren (2005) como *sprawling public sphere* (esfera pública dispersa), está marcado por la acción social y se caracteriza por una mayor participación, representación, interacción y heterogeneidad ciudadana.

Frente a este enfoque ciber optimista sobre el rol que desempeñan las TIC en el ámbito socio político, existen aportes teóricos y empíricos que cuestionan el papel de internet como elemento de transformación real para la participación ciudadana. Entre estas aportaciones se encuentra el del fenómeno del aumento de los afectos en los discursos digitales sobre temas sociopolíticos (Mateus, 2019). El debate en términos de afecto podría conducir a la acción conectiva que permite a los ciudadanos espacios de discusión y deliberación sin necesidad de fuertes estructuras organizativas (Bennett y Segerberg, 2012).

Sin embargo, otras aproximaciones empíricas alertan de un crecimiento de la acción colectiva liderada por los afectos negativos (Baumeister et al., 2001). Cuando los posicionamientos ciudadanos en red derivan de este tipo sentimientos políticos, se produce la exaltación de los comentarios negativos (Papacharissi, 2016). Son afectos que se fundamentan en la homofilia, una tendencia esperada que descarta juicios razonados y potencia aquellos basados en temas de interés o ideologías con los que los internautas sienten sintonía colectiva. En la configuración de estas comunidades digitales homofílicas, no primarían los acuerdos basados en la deliberación o el razonamiento, sino en puntos de vista compartidos por sintonía afectiva que no conducen un diálogo con intercambio de ideas (Bouvier 2020). En este sentido, las redes sociales no estarían propiciando los juicios argumentados para el diálogo, sino un entorno de exposición de sentimientos colectivos e individuales (Arias 2016; Serrano-Contreras et al., 2020).

En resumen, el Gobierno Electrónico se ha convertido en una herramienta clave para los ciudadanos del Perú, especialmente durante la pandemia de COVID-19, pues ha posibilitado el acceso a diferentes servicios de manera virtual, facilitando su funcionamiento y la realización de trámites desde cualquier lugar y en cualquier momento. Es decir, se convirtió en la vía a través de la cual tanto instituciones estatales y privadas siguieron desarrollando sus actividades, abarcando áreas como la iglesia, la justicia, la educación, la salud, la tributación y el comercio. Desde entonces, parte significativa de las operaciones del Gobierno Electrónico se usan mediante las redes sociales, especialmente en el funcionamiento de los servicios públicos.

La investigación abarca un periodo longitudinal que comprende los años 2020 – 2022 y utiliza un diseño mixto que combina el enfoque cuantitativo (*técnicas Big data*) y el cualitativo (análisis de contenido y entrevistas en profundidad).

6.0 Importancia.

En primer lugar, la investigación estudiará las brechas digitales en Lima, para ello habrá que centrarse en las interacciones con los organismos administrativos públicos y el impacto socioeconómico, los recursos en línea y las habilidades digitales tienen en la adopción de Internet. La novedad de este estudio es el papel central que juegan las habilidades digitales.

El papel de las habilidades digitales es doble: fomentan la adopción de ventajas usos de internet, y generan beneficios tangibles de esos usos.

Asimismo, la importancia del estudio es que al determinar el impacto de la participación política digital nos permite ahondar sobre la distribución desigual de los beneficios que conllevan los usos políticos de internet (acceso virtual a las páginas y redes sociales de Administración Pública). Los estudios de la desigualdad digital nos permiten comprender los vínculos entre tecnología y desigualdades como una compleja argamasa de sentidos donde todos esos eslabones se enredan y convergen simultáneamente. Por último, este estudio, tiene un aporte metodológico al utilizar metodologías cuantitativas con *CROWTANGLE* para descargar los datos de redes sociales (Big data). Este trabajo es uno de los estudios referentes en la investigación de Big data para científicos sociales.

Las redes sociales desempeñan un papel cada vez más importante en la participación ciudadana y en la expresión de opiniones e ideas. El proyecto podría haber promovido la alfabetización digital y el uso responsable de las redes sociales para fomentar el empoderamiento ciudadano en Perú. Esto habría facilitado la participación en debates públicos, la denuncia de irregularidades, el fortalecimiento de la transparencia y la rendición de cuentas, y la promoción de la democracia participativa.

La utilización de las redes sociales también implica riesgos, como la desinformación, el ciberacoso, la privacidad y la seguridad en línea. El proyecto podría haber incluido campañas de concientización y capacitación sobre estos temas, proporcionando a los ciudadanos peruanos herramientas y conocimientos para protegerse y navegar de manera segura en el entorno digital.

7.0 Antecedentes.

El Grupo de Investigación “Data Science And Soft Computing For Social Analytics And Decision Aid”, es un grupo referente en investigación sobre la participación política en redes sociales. En junio de 2022, obtuvo financiación del MINECO para llevar a cabo un proyecto competitivo I+D titulado: PRODEBAT. “La estructura de la Comunicación en Red y la Opinión Pública Inclusiva. Un Estudio con Técnicas de Big data y Análisis de Redes sociales”. (Referencia: PID2019- 106254RB-100). La duración del proyecto es hasta junio de 2024.

El Grupo de Investigación ha desarrollado ya una serie de estudios en los que se han comprobado procesos de participación política que suponen una amenaza para las democracias y que evidencian la existencia de la tercera brecha digital. Entre estos estudios, cabe destacar los siguientes:

- Robles et al. (2020) midieron la polarización en la red social Twitter haciendo uso de técnicas de Big data, a través del estudio de caso “La Manada” (de gran repercusión social y política en España).
- Guevara et al. (2023) analizaron las formas en cómo la polarización y la “incivility” se manifiestan en las redes sociales en los debates digitales sobre los derechos de las mujeres en España.
- Martínez et al. (2023b) utilizaron herramientas de IA para que interviniesen en el debate político de Twitter. Para ello, aplicaron algoritmos que determinan la presencia de *bots*, sus roles comunicativos y su relación con los principales partidos políticos durante la crisis de la COVID-19.

- Guevara et al. (2022) midieron el rol de los *bots* en el diseño de campañas de propaganda política iniciada por actores tradicionales cuyo objetivo era aumentar la polarización en redes sociales.

Por otro lado, la investigación de las desigualdades digitales y la intervención de la ciudadanía en las redes sociales se fundamenta en el estudio de Robles et al. (2012) "La Participación Política Digital y Brecha Digital Política en España. Un Estudio de las Desigualdades Digitales". Los autores plantean que la participación política digital se realiza a través de un medio que no es universalmente utilizado (Internet), por lo que es importante saber qué ciudadanos están en disposición de optar a las ventajas que supone la utilización política de este medio. Asimismo, existe evidencia empírica de cómo la "brecha digital" y las "desigualdades digitales" constituyen un problema social, político y económico que afecta a las sociedades democráticas (Robles, 2017).

8.0 Marco Conceptual.

-Socialización de la vida cotidiana.

El libro *Economía y sociedad* (1978) de Max Weber es una obra fundamental de sociología que aborda temas como la economía, la política, la religión y la cultura en la sociedad actual. El capítulo 1, del libro nos plantea conceptos sociológicos básicos, estableciendo los fundamentos teóricos y metodológicos de la investigación sociológica. En este capítulo, Weber (1978) destaca la importancia de la comprensión sociológica, es decir, comprender las acciones y motivaciones de los individuos en su contexto social y cultural. Este autor, introduce el concepto de "Acción Social", que se refiere a cualquier comportamiento humano que tenga un significado subjetivo para el actor y otras personas involucradas. Siendo la "Acción Social", en general, toda conducta (orientada en su significado subjetivo) a la que el individuo o los individuos afectados por ella otorgan un sentido.

Weber enfatiza la importancia de comprender el significado que los actores sociales atribuyen a sus acciones. El significado subjetivo es esencial para comprender por qué las personas actúan de la manera en que lo hacen. Este autor introduce el concepto de "tipos ideales", que son modelos teóricos abstractos que permiten analizar y comprender la complejidad de la realidad social. Estos tipos ideales son herramientas analíticas que permiten a los sociólogos comprender la variación y complejidad de las acciones sociales. Los tipos ideales son constructos teóricos utilizados para analizar la realidad. Pero [estas no son] imágenes de la realidad, sino modelos de su interpretación. Weber argumenta que la acción social está intrínsecamente relacionada con el contexto cultural y las creencias de una sociedad. Las acciones de las personas están influenciadas por sus valores, creencias y normas culturales.

Max Weber (1978), expone los fundamentos teóricos y metodológicos de la investigación sociológica, destacando la importancia de la comprensión sociológica, la objetividad y la introducción de conceptos clave como actividades sociales y tipos ideales que permiten comprender la complejidad de analizar y comprender la realidad social.

Asimismo, Schütz (1974), en el texto *El problema de la realidad social*, se centra en la construcción de la realidad social desde una perspectiva fenomenológica y sociológica. El autor examina cómo los individuos interpretan y comprenden la realidad social, el significado de la acción humana, la intersubjetividad.

La realidad construida se refiere a estructuras e instituciones sociales objetivas, mientras que la realidad vivida se refiere a la experiencia subjetiva y la interpretación individual de la realidad. Schütz, destaca la importancia de la acción humana en la construcción de la realidad

social. Examina cómo las acciones individuales y colectivas influyen en la interpretación y construcción de significado en la vida social.

El concepto de "intersubjetividad" es fundamental en la obra de Alfred Schütz y en la fenomenología social en general. Se refiere a la comprensión compartida o el acuerdo de significado que se establece entre individuos en una interacción social. En otras palabras, la intersubjetividad implica que las personas en una sociedad pueden entender y compartir significados, creencias y expectativas comunes en su mundo social. En ese sentido, en el contexto de la intersubjetividad, los individuos en una sociedad comparten significados y conceptos que les permiten comunicarse y entenderse mutuamente. Estos significados compartidos son esenciales para la construcción de la realidad social y la interpretación de las acciones de los demás. La intersubjetividad contribuye a la construcción social de la realidad. Las creencias, normas y valores compartidos en una sociedad son el resultado de la intersubjetividad, ya que las personas negocian y acuerdan significados en sus interacciones sociales. La comunicación desempeña un papel central en la creación y mantenimiento de la intersubjetividad. A través de la comunicación verbal y no verbal, las personas expresan sus intenciones, interpretaciones y expectativas, lo que contribuye a la comprensión mutua.

Georg Simmel (1991) fue un sociólogo distinguido por sus contribuciones al estudio de la sociología de la vida cotidiana y las interacciones sociales. En su obra "Sociología", Simmel aborda el tema de la socialización, entendida como el proceso mediante el cual los individuos aprenden y adquieren normas, valores y modelos de comportamiento aplicables en su sociedad. Este autor distingue dos tipos de socialización: primaria y secundaria. La socialización primaria se refiere al proceso por el que los individuos adquieren habilidades y conocimientos básicos para sobrevivir y adaptarse en la sociedad, y se da en familia y grupo de iguales. La socialización secundaria se refiere al proceso de adquisición de habilidades y conocimientos específicos para desempeñar un papel social determinado, y se realiza en instituciones como la escuela o el trabajo.

Simmel, enfatiza que la socialización es un proceso continuo y dinámico en el que los individuos están expuestos a diversas influencias y experiencias sociales que moldean su personalidad y comportamiento. Este autor, veía a la sociología como el estudio de las interacciones sociales y las relaciones humanas. Le interesaba en especial la dinámica de las relaciones sociales en la vida cotidiana. Simmel se centró en los aspectos más pequeños y microscópicos de la vida social, en contraste con enfoques más macroscópicos. Consideraba que estos detalles microsociológicos eran fundamentales para comprender la sociedad en su conjunto. El enfoque de Simmel en la sociología relacional se refiere a su énfasis en el estudio de cómo las interacciones entre individuos dan forma a la sociedad en su conjunto. Consideraba que las relaciones humanas eran el núcleo de la vida social y que entenderlas era crucial para comprender la sociedad. La sociología relacional de Simmel se basa en la idea de que las relaciones sociales no son simplemente la suma de las acciones individuales, sino que tienen propiedades y dinámicas únicas que surgen de la interacción. En resumen, Simmel enfatizó el estudio de las interacciones sociales y las relaciones humanas en la sociología. Abordó el papel del número en los grupos, resaltando cómo el tamaño afecta la dinámica social, y promovió la idea de la sociología relacional, que se centra en cómo las relaciones sociales dan forma a la sociedad en su conjunto. Su enfoque en lo microsociológico y en las dinámicas de interacción lo distingue en la tradición sociológica.

Elster (2010) examina los métodos y teorías utilizados en las ciencias sociales para explicar el comportamiento social. Discute la importancia de un enfoque multidisciplinario que combine conceptos y herramientas de la sociología, la psicología y la economía para comprender mejor las motivaciones y decisiones de los individuos en un contexto social. El autor sostiene que muchos comportamientos sociales pueden explicarse mediante acciones

y decisiones racionales. Examina cómo las personas evalúan diferentes opciones y seleccionan las que consideran más beneficiosa en función de sus preferencias y objetivos. También se discuten las limitaciones y sesgos que pueden influir en la racionalidad de las decisiones. Elster (2010), explora dos enfoques básicos para explicar el comportamiento social: explicación causal y explicación interpretativa. Estos dos enfoques se complementan entre sí y cómo cada uno puede conducir a una comprensión más profunda de diferentes aspectos del comportamiento social. El autor presenta y analiza la teoría de la elección racional, basada en que personas intentan maximizar su utilidad o satisfacción al tomar decisiones. Es decir; cómo las personas responden a las acciones de otros y cómo estas interacciones afectan la acción individual y colectiva. Asimismo, tiende a centrarse en las motivaciones humanas y la racionalidad en sus análisis. Podría abordar cómo las personas toman decisiones basadas en sus preferencias, metas y creencias, y cómo estas motivaciones influyen en su comportamiento social.

Par Searle (1998), la explicación del comportamiento social se centra en examinar la explicación del comportamiento social desde perspectivas sociológicas y psicológicas. Este autor, examina los métodos y teorías utilizados en las ciencias sociales para explicar el comportamiento social desde un enfoque multidisciplinario que combine conceptos y herramientas de la sociología y psicología. Discute la importancia de un enfoque multidisciplinario que combine conceptos y herramientas de la sociología, la psicología. Este autor, argumenta que gran parte de lo que consideramos como "realidad" en la vida cotidiana es socialmente construido. Esto incluye conceptos como el dinero, el matrimonio, los derechos legales y otros aspectos de la vida social que dependen de acuerdos y prácticas compartidas por una comunidad.

En "La Construcción de la Realidad Social," Searle (1998) aborda cómo la realidad social se construye a través de prácticas y acuerdos sociales, y cómo, a pesar de esta construcción social, pueden surgir hechos objetivos cuando se siguen las reglas y las convenciones establecidas. Esta obra es fundamental para comprender cómo los aspectos de la realidad social se relacionan con la objetividad y la construcción social. Este autor explora dos enfoques básicos para explicar el comportamiento social: explicación causal y explicación interpretativa. Analice cómo estos enfoques se complementan entre sí y cómo cada uno puede conducir a una comprensión más profunda de diferentes aspectos del comportamiento social. El autor presenta y analiza la teoría de la elección racional, basada en que personas intentan maximizar su utilidad o satisfacción al tomar decisiones.

-Sociología de la vida cotidiana en las redes sociales.

La sociología de la vida cotidiana en las redes sociales es un campo de estudio que se enfoca en comprender cómo las personas interactúan y construyen sus identidades en plataformas en línea en su vida diaria.

Goffman es conocido por su teoría del "teatro social". Su obra "La presentación de la persona en la vida cotidiana" (2003) es fundamental para entender cómo las personas se representan a sí mismas en la vida cotidiana, tanto en el mundo físico como en el digital. Sus ideas sobre la identidad y la representación son especialmente relevantes para el estudio de las redes sociales. Asimismo, Turkle es una socióloga que se ha centrado en la interacción entre humanos y tecnología. Su libro "Life on the Screen" (2011) explora cómo las redes sociales y la tecnología están afectando la vida cotidiana y las relaciones humanas.

Una autora clave para este estudio es Baym, que es una investigadora que se ha centrado en la comunicación en línea y las redes sociales. Su libro "Personal Connections in the Digital Age" (2015) ofrece una perspectiva sociológica sobre cómo las personas construyen y mantienen relaciones en línea en su vida cotidiana. Asimismo, Marwick ha investigado la

cultura de las redes sociales y la construcción de la identidad en línea. Su libro "Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age" (2013) analiza cómo las personas utilizan las redes sociales para gestionar su imagen pública.

-Brechas digitales.

Desde los últimos años del siglo XX se comenzó a advertir que las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y, más concretamente, las tecnologías web o redes sociales, se convirtieron en uno de los grandes catalizadores de la opinión pública además de un elemento de socialización imprescindible (Gallardo y Enguix, 2014). Camacho (2005) señala que las brechas digitales están dadas por la posibilidad de los grupos sociales de aprovechar las tecnologías de la información y comunicación para transformar la realidad en la que se desenvuelven y mejorar las condiciones de vida de sus integrantes.

En un primer momento, los teóricos se centraron en estudiar la brecha digital o de primer nivel, que se refiere a las desigualdades sociales derivadas del acceso desigual a las infraestructuras y servicios que permiten utilizar Internet. Es decir, las posibilidades de acceder a este recurso. Aquí entran en juego, entre otras cosas, las diferencias socioeconómicas entre las personas y entre los países, ya que la digitalización requiere de inversiones e infraestructuras muy costosas para las regiones menos desarrolladas y para las zonas rurales.

En un segundo momento, los estudios se centraron en la segunda brecha o brecha de segundo nivel, sobre todo, en las prácticas que las personas y grupos sociales construyen en torno a ellas. En ese sentido, la segunda brecha digital hace referencia a las desigualdades que se producen como consecuencia del uso de Internet (Gunkel, 2003), así como a las causas y factores que determinan dicho comportamiento. En conclusión, hace referencia a la falta de competencias digitales que impide el manejo de la tecnología. Asimismo, en un tercer momento, los estudios se centraron en la tercera brecha digital o brecha de tercer nivel, la cual hacía referencia a la distancia que separa a los ciudadanos que utilizan políticamente Internet y los ciudadanos que, aunque usuarios de este medio, no lo utilizan con fines políticos. (Robles, et al. 2017). En este sentido, entendemos la brecha digital política como la distancia que separa a los ciudadanos que utilizan políticamente Internet y los ciudadanos que, aunque usuarios de este medio, no lo utilizan con fines políticos. Es decir, el efecto desigualitario del uso político de Internet se produce, por ejemplo, en la medida en que este medio ayude a unos ciudadanos y no a otros a empoderarse (Van Dijk, 2006). En ocasiones, se poseen las competencias digitales para manejarse en Internet, pero no los conocimientos para hacer un buen uso de la red y sacarle el mayor partido posible.

Para Camacho (2006), la brecha digital es probablemente uno de los primeros conceptos con que se inicia la reflexión alrededor del tema del impacto social de las tecnologías de información y comunicación (TIC). Desde entonces se percibe que estas tecnologías van a producir diferencias en las oportunidades de desarrollo de las poblaciones y que se establecerá una distancia entre aquellas que tienen o no tienen acceso a las mismas.

Norris (2001), introduce la concepción brecha democrática, este autor considera los efectos del uso político de Internet como un elemento axiológico de las desigualdades tecnológicas; es decir nos habla sobre las desigualdades digitales en la sociedad de la información y el conocimiento y la disposición de optar en las ventajas que supone la utilización política del internet. En la misma dirección, (Robles, et al. 2012), señalan que hay variables relacionadas con las actitudes y las creencias hacia la política; así como las variables socio demográficas y la relación con la participación política en las redes sociales. Cabe señalar que la participación política digital se realiza a través de un medio que no es universalmente

utilizado, Internet, es importante saber qué ciudadanos están en disposición de optar a las ventajas que supone la utilización política de este medio.

Tufekci (2017) ofrece una visión crítica y matizada del papel de las redes sociales en la política y el activismo, y destaca tanto el potencial como los riesgos asociados con su uso. Este autor, explora cómo las redes sociales y otras tecnologías digitales y cómo han transformado la forma en que los ciudadanos se organizan y protestan en todo el mundo. Tufekci (2017) analiza cómo las redes sociales han sido utilizadas por grupos y movimientos sociales para movilizar la opinión pública, organizar manifestaciones y expresar su descontento político. Asimismo, el libro también examina los desafíos que enfrentan los movimientos sociales que utilizan las redes sociales, incluyendo la vigilancia gubernamental, la manipulación de la opinión pública a través de la publicidad política dirigida y los bots automatizados, y la difusión de información errónea y noticias falsas.

En diferentes estudios de Castells (2009), señala que las redes sociales son poderosas para el cambio social y la movilización política, pero que pueden perpetuar la polarización y el sesgo cognitivo es necesario promover un diálogo constructivo y una participación equitativa en la vida política.

Según Schlozman, Verba y Brady (2012) la teoría de la participación desigual sugiere que la brecha democrática se debe a la desigualdad en la participación política, con algunos grupos (por ejemplo, los ricos y altamente educados) teniendo una participación desproporcionadamente alta en comparación con otros grupos (por ejemplo, los pobres y menos educados). Asimismo, para Putnam (2020), la teoría del capital social argumenta que la brecha democrática se debe a una disminución en el capital social y la participación cívica en la sociedad en general.

Para Verba y Nie (1972) la teoría de la acción racional argumenta que la brecha democrática se debe a las diferencias en la percepción de la eficacia política entre los grupos, con algunos grupos sintiendo que sus acciones no tendrán un impacto significativo en el sistema político. Mientras que para Dahl (1989), la teoría de la poliarquía sugiere que la brecha democrática se debe a la concentración de poder en manos de unos pocos, limitando el acceso y la influencia de los ciudadanos comunes en la política.

-Los imaginarios políticos de la brecha digital.

Para Camacho (2006), Es importante visitar estas definiciones porque son referentes para la conformación de las políticas nacionales de tecnología. Primero hay que considerar que, vinculados a la brecha digital, se mueven imaginarios sobre los que proponemos reflexionar. La diferencia en el acceso a las tecnologías incrementará las diferencias sociales ya existentes. Como se señalará a continuación:

a) La ilusión de la relación causa-efecto.

En las definiciones se establece una relación directa entre el acceso a la tecnología y las oportunidades de desarrollo (determinismo tecnológico), expresadas en mejores condiciones de bienestar, reducción de la pobreza y mejoramiento de la calidad de vida. Igualmente se establece lo contrario, es decir, que menor acceso a las TIC implicará mayores dificultades para mejorar las condiciones de vida. Sin embargo, esta relación causa-efecto no se explica y las consecuencias positivas y negativas que se producen directamente del acceso a la tecnología aparecen como una solución mágica.

Esta explicación causal implícita en el concepto oculta la complejidad de la brecha digital y la posible relación entre la incorporación de las tecnologías en las dinámicas sociales y la transformación social que implica. Para los grupos sociales que posicionan un nuevo entendimiento de este concepto, los factores que pueden potenciar el uso de la tecnología como instrumento de desarrollo son diversos, complejos y tienen interrelaciones entre sí que dependen del contexto, la cultura y la historia del grupo en el que estas se incorporan.

Entonces, se puede decir que las tecnologías de información y comunicación pueden ser un elemento que potencia del desarrollo, pero hacer efectivo este potencial depende de aspectos organizativos, de desarrollo de habilidades y capacidades, de acciones de integración dentro de la identidad cultural y social del grupo, de modificación de procesos sociales, entre otros. Cuando un grupo social se apropia de la tecnología, puede usarla para transformar sus propias condiciones de vida y transformarla a ella mediante procesos de innovación tecnológica con identidad social.

b) Los “incluidos” de la sociedad de la información podrán participar en la construcción de una “nueva sociedad”.

Las TIC serán un elemento dinamizador fundamental en la sociedad. Por consiguiente, quienes, individual y colectivamente, logren desarrollar la infraestructura y las capacidades para utilizarlas serán privilegiados, tendrán mayor capacidad de decisión e influirán la construcción de esta “nueva sociedad”.

c) La brecha digital resulta de las brechas sociales.

Esta percepción basada en la relación causa-efecto oculta la relación dinámica y dialéctica entre la brecha digital y las otras brechas sociales. Se suele considerar que la diferencia en el acceso a las tecnologías incrementará las diferencias sociales ya existentes. Es decir, que la brecha digital implicará más desarrollo en los países, regiones y personas con mejores oportunidades de acceso en detrimento de quienes tienen menos.

Esta diferencia se hará evidente no solo entre países, sino también dentro de cada país privilegiando a las poblaciones con mejores condiciones económicas, políticas, sociales y culturales. Por cierto, la brecha digital es producto de las brechas sociales producidas por las desigualdades económicas, políticas, sociales, culturales, de género, generacionales, geográficas, etc.

d) Una brecha digital - una sola solución.

Uno de los aspectos más relevantes del concepto que se analiza es que expresa unicidad. Se habla de la brecha digital en el mundo entero, como si existiera solo una y como si tuviera las mismas características en cualquier tiempo o espacio social. Este es uno de los aspectos más fuertes del imaginario que está detrás de la definición.

El problema de hablar de la brecha como una sola es que, entonces, se buscan soluciones únicas y generalizables. En realidad, se debería de hablar de las brechas digitales, dadas por la condición de género, edad, cultural, localización geográfica o socioeconómica y por las combinaciones entre estos factores.

De esta manera, el abordaje conceptual, metodológico y los recursos y acciones para enfrentarlas estarían relacionados con las condiciones específicas de las mismas.

e) Las nuevas brechas digitales.

Hasta este momento se habla de la brecha digital como la diferencia que produce en el desarrollo el tener acceso o no a las tecnologías. Sin embargo, nuevas brechas digitales van apareciendo a medida que las TIC se incorporan en la vida social. Ya no se trata únicamente de un problema de tener acceso o no, sino de las diferencias que aparecen entre quienes ya tienen conexión.

No todos los que disponen de conexión tienen posibilidades de desarrollar sus capacidades y habilidades para el teletrabajo, por ejemplo. Y nuevamente, no por la tecnología misma, sino porque las condiciones que se requieren para integrarse en esta nueva fuerza laboral como una educación bilingüe, un alto manejo tecnológico, capacidades de interacción multicultural, condiciones de inestabilidad, aptitud para trabajar de manera aislada y tomar mayores responsabilidades vinculadas al teletrabajo, entre otras, son costosas y difíciles de adquirir y por consiguiente no pueden ser asumidas por la mayoría de la “población conectada”.

O tampoco, por ejemplo, todas las empresas locales a pesar de tener conexión podrán aprovechar las ventajas de la comercialización en línea o podrán incorporarse en las redes productivas multinacionales. Nuevamente no es el aspecto tecnológico el que las limita sino las condiciones económicas, sociales y culturales en las cuales se desenvuelven y las posibilidades de desarrollar capacidades y transformar sus procesos productivos.

Agregando a esta reflexión se deja mencionada la gran discusión sobre propiedad intelectual donde se juega el futuro del conocimiento como derecho privado o colectivo y que tiene la potencialidad de abrir nuevas brechas relacionadas con el acceso, uso y producción del conocimiento y la información que viaja por la red.

En líneas generales...

Con la inserción de las tecnologías en la vida cotidiana aparecerán nuevas brechas digitales que se refieren a las posibilidades reales de aprovechamiento de las mismas, principalmente entre la clase media que, aunque tiene mejores condiciones de acceso que las clases más populares, no siempre tiene todos los recursos para desarrollar las capacidades y habilidades que les permitan aprovecharlos para transformar las condiciones actuales.

Participar en los procesos de apropiación social de la tecnología. La sociedad civil organizada, así como diferentes investigadores y académicos, han propuesto nuevas comprensiones de este concepto, haciéndolo más complejo y poniéndolo en contextos.

Una de las manifestaciones más claras de estas propuestas es en la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información en Ginebra, 2003, donde la sociedad civil tuvo un papel fundamental posicionando nuevas comprensiones y conceptos desarrollados mediante procesos participativos durante los meses anteriores a este evento.

El tema de la brecha digital también fue redefinido por la sociedad civil como puede deducirse de la declaración final de la sociedad civil. “Consideramos que las tecnologías pueden utilizarse como medios fundamentales, y no, así como fines en sí mismas, por lo cual reconocemos que reducir la brecha digital es un paso más, entre otros, en el camino para conseguir el desarrollo en favor de todos y todas.

La desigual distribución de las TIC y la falta de acceso a la información de gran parte de la población mundial, fenómenos denominados brecha digital, son una expresión de nuevas

asimetrías en el conjunto de brechas sociales existentes. Entre ellas están las brechas entre el Norte y el Sur, ricos y pobres, hombres y mujeres, poblaciones urbanas y rurales, que acceden a la información y aquellos que carecen de ello. Dichas disparidades pueden verse no sólo entre las diferentes culturas, sino también dentro de las fronteras nacionales.

Desde estos grupos, se comprende la brecha digital a partir de las condiciones que tienen que desarrollarse para la apropiación de las tecnologías y para la incorporación de las mismas como una herramienta que debe ser integrada en la vida cotidiana para transformar las realidades en un proceso continuo.

Las brechas digitales están dadas por las posibilidades o dificultades que tienen los grupos sociales de aprovechar colectivamente las tecnologías de información y comunicación para transformar la realidad en la que se desenvuelven y mejorar las condiciones de vida de sus integrantes.

Se propone que para hablar de brecha digital y de las estrategias para enfrentarla se parta de la sociedad que soñamos y no de la tecnología. Y que una vez definida la utopía se reflexione de cómo las tecnologías pueden contribuir para alcanzarla. Por ejemplo, se habla de la solidaridad digital como estrategia de reducción, sin embargo, la reflexión debería estar centrada en cómo las tecnologías pueden apoyar la construcción de sociedades solidarias y qué condiciones requieren los grupos sociales para utilizar las TIC para llegar a esta aspiración. Definitivamente este cambio de enfoque transforma a su vez la comprensión de lo que es la brecha digital.

-Participación política digital.

Según (Schradié, 2011; Lutz, Hoffman y Meckel, 2014), las estructuras verticales tradicionales de la producción de información se han visto afectadas por la aparición del Internet (Benkler, et al. 2006), y parcialmente desplazadas por una comunicación horizontal. En este contexto de desintermediación, los ciudadanos adquirirían un rol central a lograr que sus opiniones tengan un alcance viral (Lutz, Hoffman y Meckel, 2014).

Si bien actualmente nos encontramos en un escenario muy diferente al de las estructuras de comunicación tradicionales, las organizaciones políticas, sociales o económicas, aún ejercen una influencia notable en la estructura social (Castells, 2009). Sin embargo, el concepto de desintermediación destaca el hecho de que, en el contexto digital, los ciudadanos tienen una influencia mayor en la producción, gestión y procesamiento de la información, gracias a, según Benkler, et. al. (2006), diferentes herramientas tecnológicas como la web2.0.

Éstas, provocan que los costes de producción de contenidos sean mucho menores y, por lo tanto, hacen posible que los ciudadanos puedan llevar a cabo un proceso de difusión de la Información que antes eran patrimonio prácticamente exclusivo de las organizaciones dotadas de grandes recursos.

Tal y como apuntan diferentes estudios (Bennett y Serenberg, 2013; Surowiecki, 2004), la producción social de contenido social y político, usados para el debate y la comunicación política online, supone una de las novedades de mayor importancia en el ámbito de la desintermediación. Castells (2009) resalta la importancia de Internet, situándolo como la piedra angular de la autocomunicación de masas, proporcionando a la sociedad la posibilidad de transmitir su opinión a través de la red y, por consiguiente, generar una mayor repercusión social. En este sentido la comunicación política, a través del potencial que proporciona la web 2.0, ofrece un mecanismo de construcción de poder en la sociedad denominado por el autor como el poder de la interconexión. En este sentido, Bennett y Segerberg (2013) han resaltado

que una de las principales repercusiones del fenómeno web2.0 ha sido la transición de una acción colectiva (organizacional y coordinada) a una acción conectiva.

En la acción conectiva, los procesos de comunicación y participación política otorgan una menor importancia a la organización, así como a la identidad que generan tales procesos, y enfatizan cuestiones como socialización política y la difusión de contenido por parte de los ciudadanos (Bennett y Segerberg, 2013).

En definitiva, la participación digital y la consecuente desintermediación, ha supuesto un cambio importante, según diversos autores, en relación a la naturaleza de la comunicación política. Según Gibson y Ward (2009), gracias a las oportunidades ofrecidas por la red, los ciudadanos obtienen un mayor protagonismo en la producción y difusión de contenido digital, restando importancia a la influencia tradicional de las organizaciones políticas.

Paralelamente a este debate, varios estudios han resaltado los potenciales efectos negativos de la red sobre la comunicación política digital (Gentzkow, 2016). Entre los diferentes efectos que han llamado la atención de los autores cabe resaltar la polarización de la sociedad, la incivility o la homofilia, los cuales suponen un desequilibrio para la dimensión deliberativa de la democracia (Sunstein, 2017).

Según Lazarsfeld y Merton (1954) Park y Burgess (1921), la presencia de atributos comunes, así como de similitudes, aumenta la probabilidad de establecer conexiones de amistad entre personas. Así pues, y partiendo de esta base, la semejanza entre pares favorece la interacción, asociación y comunicación entre personas, agrupándose y formando comunidades relativamente homogéneas en base a un conjunto atributos comunes.

Ya en 1978, Lazarsfeld y Merton propusieron la existencia de dos diferentes tipos de homofilia, según los atributos y el tipo de semejanzas. En primer lugar, los autores proponen la homofilia de estatus, caracterizada principalmente, por atributos de naturaleza personal como la edad, el trabajo, nivel de estudios, etc. En segundo lugar, se plantea una homofilia de valores, conocida también como homogeneidad, según la cual diversos aspectos subjetivos, como las normas o los valores comunes, son los generadores de grupos homogéneos.

Los fenómenos de homofilia y homogeneidad, son aplicables en las redes sociales online, así como a su uso político. Cabe señalar que, según Vaccari y Valeriani (2016), son tres los diferentes tipos de estructuras comunicativas observables en el ámbito de la homofilia política en las redes. Por un lado, las “redes de apoyo”, donde los ciudadanos interactúan con aquellos que comparten su opinión. Las “redes de opositores”, donde la interacción se caracteriza por una oposición o rechazo a otra postura y, por último, las “redes mixtas”, donde se dialoga tanto con simpatizantes como detractores.

Una de las consecuencias potenciales de la homofilia de valores (especialmente en las redes opositores, pero también en las de apoyo) en las redes sociales es la polarización. Cuando los usuarios de una red social generan y debaten contenidos sociales o políticos en diferentes grupos relativamente cerrados y definidos por valores comunes sin apenas interlocución con otros grupos o comunidades, estamos ante proceso de polarización de la comunicación digital. Como consecuencia de dicho proceso, el espacio público digital se ve fragmentado y, los posibles efectos positivos de la producción digital, cuestionados.

Algunos autores han apuntado diversas causas para explicar el efecto polarizador de Internet. Así, Sunstein (2017) sostiene el siguiente argumento. Según el autor, las tecnologías digitales permiten a los ciudadanos generar estrategias tecnológicas para seleccionar activamente la información que consumen y los contactos y relaciones que establecen.

En el contexto de la comunicación política digital, y como consecuencia de lo anterior, los ciudadanos tienden a consumir información que refuerza sus propias opiniones e, igualmente, a establecer contactos con personas que comparten preferencias (Vaccari, et al. 2016). Siendo así, las polarizaciones la consecuencia de la exposición a contenidos y relaciones cada vez más sesgados.

Además, de acuerdo con Boxell, et al. (2017), la pertenencia a grupos sociales y los sesgos del consumo de información política determinan los niveles de polarización observados en la red.

Entre las consecuencias negativas de este efecto contagio, se encuentra lo que Lelkes (2016) denominó como polarización afectiva, para referirse al proceso través del cual los ciudadanos pertenecientes a los diferentes polos del eje radicalizan sus emociones en función a la información sesgada y polarizada producida por los partidos políticos simpatizantes, así como por sus representantes.

La polarización de la comunicación política digital tiene algunos efectos recogidos en la literatura técnica. Entre estos, destacamos la incivildad política (Political incivility), caracterizada por un lenguaje inadecuado, incluso ofensivo, en el ámbito del debate político online. Desde esta perspectiva, cabe señalar que la comunidad científica difiere en cuanto a lo que incivility significa. Si bien los autores apuntan en una misma dirección, se pueden observar diferencias en cuando a la consideración del fenómeno.

En este sentido, según Herbst (2010), se considera incivility al uso de expresiones vulgares o irónicas, donde algunos de los interlocutores se muestran de forma poco educada(ruda). Además, entre las diferentes expresiones de incivility también se han asociado discursos cargados de emociones e incluso la falta de capacidad de comunicación (Sobieraj y Berry, 2011), así como el insulto y el menosprecio directo (Rains, et al. 2017). Por otro lado, otros autores se han mostrado reacios a denominar incivility a las expresiones listadas anteriormente. En este sentido, Papacharissi (2004) resalta la importancia de diferencias entre una falta de cortesía o de mala educación y la incivildad política, entendiendo esta última como una falta directa contra la democracia.

Estamos de acuerdo con Papacharissi (2004) cuando sostiene que, en el ámbito político, la incivility debe ser entendida como una amenaza para la democracia con consecuencias determinantes que van más allá de la falta de cortesía. En este sentido, el autor resalta el problema de la incivildad cuando su uso supone el desvío de las reglas del debate que persigue y/o genera la exclusión de ciertas personas o colectivos.

Los expertos han demostrado el papel protagonista del anonimato característico de muchos contextos de comunicación digital como factor favorecedor de expresiones poco apropiadas (Rains, et al. 2017). De hecho, Rowe (2015) defiende que conforme los debates de trasladan desde esferas privadas a esferas públicas, la frecuencia de comentarios incívicos aumenta.

A este elemento es necesario añadir el aumento de la frecuencia con que las personas interactúan a través de la Red con desconocidos. Cuando los lazos afectivos son débiles, o nulos, aumenta la probabilidad de aparecer comentarios incívicos.

Robles, et. al. (2020). Los últimos años ha surgido un fenómeno denominado por algunos autores como producción digital o participación digital (Schradie, 2011; Lutz, Hoffman y Meckel, 2014). Según este punto de vista, las estructuras verticales tradicionales de la producción de información se han visto afectadas por la aparición del Internet (Benkler, 2006) y parcialmente desplazadas por una comunicación horizontal.

En este contexto de desintermediación, los ciudadanos adquirirían un rol central al lograr que sus opiniones tengan un alcance viral (Lutz, Hoffman y Meckel, 2014). Si bien actualmente nos encontramos en un escenario muy diferente al de las estructuras de comunicación tradicionales, las organizaciones políticas, sociales o económicas, aún ejercen una influencia notable en la estructura social (Castells, 2009). Sin embargo, el concepto de desintermediación destaca el hecho de que, en el contexto digital, los ciudadanos tienen una influencia mayor en la producción, gestión y procesamiento de la información, gracias a, según Benkler (2006), diferentes herramientas tecnológicas como la web 2.0. Estas provocan que los costes de producción de contenidos sean menores y, por lo tanto, posibilitan que los ciudadanos puedan difundir la información, patrimonio prácticamente exclusivo de las organizaciones con grandes recursos. Tal y como apuntan diferentes estudios (Bennett y Segerberg, 2013; Surowiecki, 2004), la producción social de contenido social y político, usados para el debate y la comunicación política online, supone una de las novedades de mayor importancia en el ámbito de la desintermediación.

Castells (2009) resalta la importancia de Internet, situándolo como la piedra angular de la autocomunicación de masas, proporcionando a la sociedad la posibilidad de transmitir su opinión a través de la red y, por consiguiente, generar una mayor repercusión social. En este sentido la comunicación política, a través del potencial que proporciona la web 2.0, ofrece un mecanismo de construcción de poder en la sociedad denominado por el autor como el poder de la interconexión. En este sentido, Bennett y Segerberg (2013) han resaltado que una de las principales repercusiones del fenómeno web 2.0 ha sido la transición de una acción colectiva (organizacional y coordinada) a una acción conectiva. En la acción conectiva, los procesos de comunicación y participación política otorgan una menor importancia a la organización, así como a la identidad que generan tales procesos, y enfatizan cuestiones como socialización política y la difusión de contenido por parte de los ciudadanos (Bennett y Segerberg, 2013). En definitiva, la participación digital y la consecuente desintermediación, ha supuesto un cambio importante, según diversos autores, en relación a la naturaleza de la comunicación política. Según Gibson y Ward (2009), gracias a las oportunidades ofrecidas por la red, los ciudadanos obtienen un mayor protagonismo en la producción y difusión de contenido digital, restando importancia a la influencia tradicional de las organizaciones políticas.

Paralelamente a este debate, varios estudios han resaltado los potenciales efectos negativos de la red sobre la comunicación política digital (Gentzkow, 2016). Entre los diferentes efectos que han llamado la atención de los autores cabe resaltar la polarización de la sociedad, la incivility o la homofilia, los cuales suponen un desequilibrio para la dimensión deliberativa de la democracia (Sunstein, 2017). Según Lazarsfeld y Merton (1954) y Park y Burgess (1921), la presencia de atributos comunes, así como de similitudes, aumenta la probabilidad de establecer conexiones de amistad entre personas. Así pues, y partiendo de esta base, la semejanza entre pares favorece la interacción, asociación y comunicación entre personas, agrupándose y formando comunidades relativamente homogéneas en base a un conjunto de atributos comunes. Ya en 1978, Lazarsfeld y Merton propusieron la existencia de dos diferentes tipos de homofilia, según los atributos y el tipo de semejanzas. En primer lugar, los autores proponen la homofilia de estatus, caracterizada principalmente, por atributos de naturaleza personal como la edad, el trabajo, nivel de estudios, etc. En segundo lugar, se plantea una homofilia de valores, conocida también como homogeneidad, según la cual diversos aspectos subjetivos, como las normas o los valores comunes, son los generadores de grupos homogéneos. Los fenómenos de homofilia y homogeneidad, son aplicables en las redes sociales online, así como a su uso político. Cabe señalar que, según Vaccari et al., (2016), son tres los diferentes tipos de estructuras comunicativas observables en el ámbito de la homofilia política en las redes. Por un lado, las “redes de apoyo”, donde los ciudadanos interactúan con aquellos que comparten su opinión. Las “redes de opositores”, donde la interacción se caracteriza por una oposición o rechazo a otra postura y, por último, las “redes

mixtas”, donde se dialoga tanto con simpatizantes como detractores. Una de las consecuencias potenciales de la homofilia de valores (especialmente en las redes oposicionales, pero también en las de apoyo) en las redes sociales es la polarización. Cuando los usuarios de una red social generan y debaten contenidos sociales o políticos en diferentes grupos relativamente cerrados y definidos por valores comunes sin apenas interlocución con otros grupos o comunidades, estamos ante proceso de polarización de la comunicación digital. Como consecuencia de dicho proceso, el espacio público digital se ve fragmentado y, los posibles efectos positivos de la producción digital, cuestionados.

Algunos autores han apuntado diversas causas para explicar el efecto polarizador de Internet. Así, Sunstein (2017) sostiene el siguiente argumento. Según el autor, las tecnologías digitales permiten a los ciudadanos generar estrategias tecnológicas para seleccionar activamente la información que consumen y los contactos y relaciones que establecen. En el contexto de la comunicación política digital, y como consecuencia de lo anterior, los ciudadanos tienden a consumir información que refuerza sus propias opiniones e, igualmente, a establecer contactos con personas que comparten preferencias (Vaccari et al., 2016). Siendo así, la polarización es la consecuencia de la exposición a contenidos y relaciones cada vez más sesgados. Además, de acuerdo con Boxell et al. (2017), la pertenencia a determinados grupos sociales, así como los sesgos que suponen el consumo de determinada información política, determinan en gran medida los niveles de polarización observados en la red. Como consecuencia de ello, se puede apreciar un fenómeno contagio donde los usuarios que toman parte en los debates reflejan posturas fragmentadas al transmitir aquella información política sesgada que han estado consumiendo.

Entre las consecuencias negativas de este efecto contagio, se encuentra lo que Lelkes (2016) denominó como polarización afectiva, para referirse al proceso a través del cual los ciudadanos pertenecientes a los diferentes polos del eje radicalizan sus emociones en función a la información sesgada y polarizada producida por los partidos políticos simpatizantes, así como por sus representantes. De acuerdo con Haidt y Hetherington (2012), esta disposición precipitaría la hostilidad entre las comunidades enfrentadas. De acuerdo con Robles, et al. (2018), este fenómeno es ya mensurable en el debate electoral en Twitter en España. En las elecciones generales de 2016, los usuarios de las redes sociales generaron opiniones, interactuaron y forman comunidades relativamente polarizadas conforme a sus opiniones y valores.

-La digitalización de la conversación pública: redes sociales, afectividad política y democracia.

Como señala, Arias (2016), nuevas tecnologías de la información y eso está produciendo una transformación en el modo en que los fenómenos políticos son recibidos, percibidos y discutidos en la esfera pública. En cada uno de esos casos, especialmente con motivo de sucesos concretos que intensifican las comunicaciones —ya se trate de un atentado, un referéndum o un debate televisado—, se dejan ver con claridad las consecuencias más aparentes de la digitalización de la esfera pública: en paralelo al suceso tiene lugar un debate a través de las redes sociales cuyos rasgos dominantes son la polarización ideológica y la afectividad expresiva.

Siguiendo a Arias (2016), simultáneamente, esas redes producen por sí mismas efectos políticos facilitando la difusión de campañas de todo tipo y propiciando la movilización de públicos emergentes alrededor de las mismas: apoyo a movimientos de austeridad como el 15M, a grupos xenófobos como Pegida, reprobación pública de quienes incurran en gaffes amplificadas digitalmente. A ello habría que sumar las herramientas que proporciona para la captación de futuros miembros de movimientos políticos y grupos terroristas, como el fenómeno del yihadismo ha demostrado sobradamente.

En un sentido más amplio para Arias (2016), la digitalización ha transformado el entorno en que se desenvuelven nuestras vidas cotidianas y, con ello, alterado el modo en que se configuran nuestros regímenes de percepción. Pues bien, no es en absoluto casual que esta transformación de la esfera pública —y por tanto de las democracias que las albergan— coincida con dos de los desarrollos más reseñables que han venido experimentando las ciencias sociales en los últimos años: por un lado, el giro digital que trata de dar cuenta del impacto social de las nuevas tecnologías de la información; por otro, el giro afectivo que se propone desvelar el papel que las emociones juegan en la constitución y desenvolvimiento del sujeto político y, por lo tanto, de la propia democracia. Digitalidad y afectividad se nos aparecen así como fenómenos cuya comprensión se hace imprescindible para iluminar el proceso de cambio que están experimentando nuestras sociedades; un proceso impulsado en gran medida por el primero de ellos, pero cuyo curso puede verse influido considerablemente por el segundo: una sociedad que otorgue de manera estructural más importancia a los contenidos afectivos que a los racionales —bien sea espontáneamente o a través del proceso político— corre ciertos riesgos que conviene tener presentes y empezamos a apreciar: polarización del debate público, dificultad para el acuerdo político, tendencia al y el plebiscito de facto. A cambio, puede también ofrecer algunas oportunidades si con ello se logra una mayor inclusión y participación ciudadana. En cualquier caso, es importante subrayar que digitalidad y afectividad no son dos procesos separados que influyen de manera independiente sobre la sociedad que los produce. Ya que las redes sociales que hacen posible los diálogos con el ciudadano son un medio particular de comunicación caracterizado por su afectividad, o lo que es igual, por servir como vehículo privilegiado de transmisión y difusión de contenidos afectivos y para la consiguiente formación de públicos afectivos que se relacionan emocional y expresivamente con los asuntos públicos de su interés o hacia los que su interés es atraído mediante el contagio viral propio de las redes. Desde este punto de vista, la digitalización produciría un efecto de sentimentalización sobre la conversación pública y con ello sobre la democracia representativa.

La exploración de este problema se dedica este artículo, que se estructurará como sigue. En primer lugar, se aclarará el sentido en que puede hablarse de los dos giros mencionados en la ciencia social: el digital y el afectivo.

Como señala Arias (2016), a continuación, se describirá el ideal normativo de la opinión pública, a fin de que puedan situarse en su debido contexto los cambios provocados en ella por las nuevas tecnologías de la información. En tercer lugar, se describirán las patologías de la conversación digital, con especial atención a su dimensión afectiva. También se discutirán sus posibles efectos benéficos, para evitar cualquier tentación catastrofista. En cuarto lugar, se discutirán las consecuencias que tiene para la democracia el doble proceso de la digitalización y la sentimentalización, prestándose especial atención a dos nociones relacionadas que tratan de capturar las singularidades de aquellas: las de democracia «ocular» y democracia «sensorial». Una conclusión cierra el trabajo.

-El cambio en la comunicación social y política. La emergencia de la idea de desintermediación.

Según Robles, et. al. (2020), a lo largo de la última década, los expertos en el estudio de Internet han señalado la emergencia de un nuevo fenómeno digital, denominado de diversas formas: producción digital producción por pares (Benkler, 2015), participación digital (Lutz, Hoffman y Meckel, 2014), etc., que explota las posibilidades de las tecnologías digitales en la producción de contenidos que puedan compartirse a escala global. Este tipo de contenidos pueden tener un carácter económico, turístico, cultural, político, etc. Sin embargo, y según la literatura, uno de los elementos comunes más destacados de estos usos de Internet es que pugnan, o al menos desafían, las estructuras verticales de producción propias de las

sociedades industriales que precedieron a la sociedad de la Información (Benkler, 2015) y empoderan a los ciudadanos que las realizan (Lutz y Hoffman, Lutz y Meckel, 2014).

Para esos autores, la noción de participación digital se puede enmarcar en el proceso socioeconómico en el que irrumpen las tecnologías de la comunicación, a finales del siglo XX, definido por Castells (1996) como informacionalismo, en el que la generación, el procesamiento y la transmisión de la información constituyen la fuente de producción y de poder en la sociedad. Este concepto, llegó a complementar el de sociedad del conocimiento (Bell, 1976), que enfatizaba en el papel de la tecnología en la obtención de conocimiento y la relación entre este proceso y los crecientes niveles de formación y educación de la ciudadanía.

Para Castells (1996), como en la de los teóricos de la sociedad del conocimiento, las organizaciones, de tipo político, social o económico, continúan jugando un papel central en la estructura social. Siguiendo Castells (1996), la empresa, los movimientos sociales, los partidos políticos o los Estados se transforman en agentes centrales de la sociedad en la medida en que son capaces de administrar la información, gracias a la tecnología. Se podría decir que el uso de herramientas como las redes sociales, llega a permear su estructura, como en el concepto de los connective parties, pero, siguen siendo los agentes que administran el poder en la sociedad. Sin embargo, en los últimos años, algunos teóricos se apartan de la centralidad de las organizaciones y muestran otro punto de vista en el que el ciudadano pasa a ser protagonista de la gestión y procesamiento de la información y el conocimiento. Así, Benkler (2015) mantiene que las herramientas tecnológicas, recogidas bajo la categoría Web 2.0, especialmente las redes sociales, permiten al “ciudadano-amateur” realizar las actividades profesionales que, anteriormente, estaban reservadas a las organizaciones: desde la producción de bienes y servicios hasta la creación de contenidos culturales y políticos.

La transición de lo organizativo a lo individual estaría vinculada a factores tecnológicos como: la democratización del acceso a los ordenadores personales, la extensión del uso de Internet entre las distintas capas de la población y la aparición de herramientas que rompen con la tradicional direccionalidad entre productor y consumidor, como las redes sociales y otras dinámicas de interacción propias de Internet (Benkler, 2015). De cualquier manera, dicho proceso de individualización ha sido un eje central de variados estudios que, desde los propios inicios de la disciplina sociológica, han tratado de describir los cambios culturales que afectaban a las sociedades occidentales (Zabludovsky, 2013).

En *The Wealth of Networks*, Benkler (2015) quiso alertar sobre un fenómeno desconocido por muchos: la desintermediación. Según él, lo clave en esta transformación es que la economía que surge de estos cambios se basa en un sistema colaborativo y no-propietario, en contraste con los modelos tradicionales. Desde su punto de vista, la reducción de costes de producción y de organización con las herramientas digitales de la web 2.0, permite a los ciudadanos producir bienes sin esperar una contraprestación material o derechos de autoría. Igualmente, la facilidad de coordinación y de interacción que ofrecen estos servicios digitales potencia un sistema colaborativo a escala planetaria.

Esta transformación económica se convertiría en la base de todo un proceso de cambio social que afecta a distintos ámbitos como: el sistema cultural y de valores (Jenkins, 2006), el informativo (Sampedro, 2014) o, y este es precisamente nuestro objeto de investigación, el político. Entre todos los ámbitos que se están transformando quizás uno de los más notorios ha sido el de la producción social de contenidos sociales y políticos a nivel global usados para el debate y la comunicación on-line.

Como explica Castells (2016), las herramientas digitales se sitúan en el centro de la auto comunicación de masas, con la que cualquier individuo puede difundir un mensaje personal en Internet pudiendo obtener una repercusión local, nacional o global. Lo que observamos en movimientos globales de protesta, como los de Túnez, Islandia, Egipto, España, Estados Unidos, Turquía o Brasil dejan ver cómo está evolucionando rápidamente la comunicación política a través de las tecnologías digitales que permiten un mecanismo básico de construcción de poder en la sociedad red: el poder de interconexión (Castells, 2016).

Concretamente, queremos destacar aquí el trabajo de Bennett y Segerberg (2013) sobre el efecto que tiene la interconexión en acciones de acción colectiva. Para ellos, una de las consecuencias de la Web 2.0 es la transformación de la lógica de la acción colectiva en una lógica de acción conectiva, donde los ciudadanos participan de forma individualizada y coordinada gracias a las redes sociales.

Se trata de un fenómeno de personalización de la política a través de los medios digitales, en los que las personas buscan una mayor flexibilidad para asociarse con causas, ideas u organizaciones, mediante acciones individuales. En la acción conectiva no se necesitan muchos recursos organizacionales, ni tampoco fuertes identidades colectivas (Bennett y Segerberg, 2013).

Con esto, Internet estaría reduciendo la importancia que se atribuía tradicionalmente a la organización y a la identidad dentro de las explicaciones de los procesos de participación política ciudadana. El otro elemento clave de la explicación de estos autores es la emergencia de una nueva lógica de acción conectiva, basada en compartir contenidos personalizados por medio de redes digitales (Bennett y Segerberg, 2013). Como consecuencia, la Red se transformaría en el ámbito de socialización política en el que los ciudadanos producen contenidos y/o los difunden para expresar su apoyo a determinadas causas o para cuestionar otras.

Esta interpretación del efecto de Internet sobre la política no se circunscribe únicamente al ámbito de la participación política, sino que se ha extendido al ámbito de la política convencional. Así, Gibson y Ward (2009) han denominado desintermediación al proceso según el cual Internet permite relativizar el peso de las organizaciones políticas que tradicionalmente atesoraban mayor poder y la emergencia de grupos ciudadanos organizados a través de Internet.

Es por esto por lo que, Benkler y Nissenbaum (2006) defienden todo el sistema de producción por pares y quieren presentarlo como un cambio en la dimensión antropológica de la sociedad en todos los niveles. Para estos autores: "the emergence of peer production offers an opportunity for more people to engage in practices that permit them to exhibit and experience virtuous behavior" (2006: 394). Se trata de un cambio antropológico que lleva al ciudadano a desarrollar distintas virtudes cívicas como la independencia y la autonomía y que favorece la creatividad, la participación social, el altruismo y la cooperación, entre otros (Benkler, 2015).

En definitiva, ya sea en términos instrumentales, de participación social, económica y política; o en términos éticos, de potenciación de virtudes, la participación digital y la producción por pares estarían generando un nuevo escenario al aumentar, entre otras cosas, el repertorio de acción de los ciudadanos, sus formas de expresión de demandas, la participación en la esfera económica y los estímulos para vincularse a prácticas virtuosas. Se trata, desde nuestro punto de vista, de un escenario altamente deseable. Sin embargo, al mismo tiempo, consideramos fundamental analizar cómo se lleva a la práctica este tipo de acción comunicativa para, de esta forma, entender cuál es la respuesta del sistema político. No obstante, la desintermediación puede expresarse en tres ámbitos concretos y específicos. Un tratamiento particular de cada uno de ellos permitirá entender mejor el proceso apuntado hasta aquí: la

desintermediación. Como es explicada por los autores Robles, Atienza, Gómez, y Guevara, (2020), a continuación: [Obj]

a) La desintermediación de los agentes.

Para Robles, et. al. (2020), bajo la denominación de gobierno, o gobierno digital o electrónico, se recogen todas aquellas medidas orientadas a la modernización de la administración pública, y de las actividades de gobierno, utilizando Internet como plataforma de interconexión. La ciberpolítica hace referencia al uso de Internet para la participación política. Los expertos definen estas formas de participación en Internet a partir de dos conceptos básicos en los estudios sociales; participación política convencional (Verba, Nie y Kim, 1978) y participación política no convencional. Aquí llamaremos participación política digital convencional, a las actividades políticas vinculadas a la acción del gobierno en el marco de las democracias representativas; y participación política digital no convencional, a la dimensión activista y expresiva de la participación (Robles, et. al. 2013).

Tanto en el caso del e-gobierno como de la ciberpolítica, Internet ha supuesto un incremento de las posibilidades de los ciudadanos. Estas oportunidades son consecuencia, fundamentalmente, de una reducción en los costes de participación que hace posible que: el rango de acciones ciudadanas sea mucho mayor, en el caso de la ciberpolítica, y que las formas de interacción sean más flexibles y precisas, en el caso del e-gobierno.

Hoy en día, gracias a las redes sociales digitales, cualquier ciudadano puede llegar con más facilidad a otras personas que, como él, puedan querer apoyar una determinada causa. Igualmente, gracias a plataformas como Twitter o Facebook, los usuarios no están sujetos a las restricciones de tiempo y recursos. En la actualidad, para poner un tema en la esfera pública, basta con crear un hashtag atractivo y con gancho y esperar que logre atraer la atención de los demás. Al mismo tiempo, gracias a Internet, los partidos políticos y los representantes están potencialmente más expuestos a los mensajes directos de los ciudadanos y, tal vez, no hagan falta decenas de llamadas como las que realizábamos los jóvenes de los noventa, para obtener una respuesta.

La cuestión es ¿hasta qué punto las instituciones a las que nos dirigimos para gestionar nuestros asuntos públicos y las organizaciones que nos representan se han adaptado a este nuevo escenario digital de desintermediación?

Como se ha apuntado, el e-gobierno se refiere a la mejora de las posibilidades de interacción en múltiples direcciones: entre los ciudadanos y el gobierno; entre el gobierno y las organizaciones del sector privado; y entre el gobierno y los empleados públicos. Así mismo, versa también, al menos teóricamente, sobre todas aquellas iniciativas dirigidas al desarrollo y profundización de la democracia en el entorno digital. Siendo así, las políticas públicas para el desarrollo de la Sociedad de la Información, tanto de la Unión Europea como de muchos de los países más poderosos del mundo, están priorizando un sistema de interacción entre ciudadanos y gobierno que elimine intermediarios y permita una relación más directa y flexible. Es decir, una relación en la que la información esté cada vez más accesible, los procedimientos más estandarizados y, gracias a la cual, los ciudadanos sean más autónomos, a la hora de gestionar sus asuntos con la administración pública.

Pero, volvamos al concepto de ciberpolítica que, cómo se indicó anteriormente, debe ser entendido desde las categorías de participación política digital en su forma

convencional y no convencional. En los primeros estudios sobre política e Internet, las prácticas recogidas bajo esta denominación se veían como un ejemplo de las magníficas posibilidades de este medio. Se entendía que Internet favorecería la relación entre representantes y representados y que ejercería un efecto positivo sobre la profundización democrática.

En los últimos años, nos hemos venido acostumbrando a diversas manifestaciones de la ciberpolítica. Por ejemplo, el voto electrónico: que abarca tanto los modos de emitirlo, el voto remoto por Internet, cómo las facilidades de medios electrónicos en algunos procesos de recuento y organización del proceso electoral.

Los nuevos colectivos quieren alejarse de las estrategias organizativas de los partidos de derecha, que se muestran generalmente más favorables a estructuras jerarquizadas, con la centralidad de un líder y unos valores compartidos; y las de los partidos de izquierda que se quieren presentar como abanderados de la diversidad con prácticas políticas en donde prime la inclusión y la deliberación. Es, en este escenario, en el que las tecnologías digitales son percibidas como una estructura de oportunidad. Algunos partidos políticos tradicionales, pero, fundamentalmente, los nuevos partidos de izquierda que están surgiendo en Europa, han sido presentados como ejemplos de este proceso conectivo.

En esta misma línea, no sólo las estrategias de los partidos conectivos están abriendo el ámbito de la participación política digital convencional, sino que contamos con estrategias de otros colectivos, empresas, organizaciones sin ánimo de lucro o aplicaciones como *Civitana*, *Change.org* o el mencionado *Appgree* ofrecen servicios y herramientas digitales para realizar consultas ciudadanas o recogida de firmas para peticiones sobre determinados temas políticos o sociales. Se trata, desde luego, de un paso importante ya que supone, potencialmente, una mercantilización de las actitudes, valores y actividades políticas de los ciudadanos que están tomando más protagonismo.

En definitiva, aunque no es oro todo lo que reluce, los ciudadanos de la era digital se enfrentan a un escenario muy diferente al que encontramos las personas de la era analógica. En cierta medida, y aunque es un proceso abierto, instituciones como la administración de los gobiernos o los partidos políticos están dando pasos para reducir el peso de los mediadores y las labores políticas que les competen. Así, los procedimientos administrativos están sujetos a un proceso de desintermediación en la medida en que los ciudadanos, directamente, interactúan y gestionan los procesos que les afectan. Es más, la digitalización de dichos procesos permite mayor independencia en la media en que permite una mayor organización del tiempo dedicado a estas labores. Por su parte, nuevos modelos de partidos políticos permiten a los ciudadanos incorporarse a las funciones otrora propias de la élite política y diluir el peso de los mediadores en tanto que políticos profesionales que interpretaban los intereses y voluntad de los ciudadanos. Se trata, sin duda, de un incipiente proceso que debe ser observado con detenimiento.

b) La desintermediación de los mensajes.

Para Robles, et. al. (2020), podemos llamar, al primer aspecto central de la desintermediación de los mensajes. autonomía informativa. Según esta idea, gracias a las facilidades de acceso a la información y las herramientas de la Web, el usuario puede ir directamente a las fuentes originales y saltar los filtros interpretativos. Esta autonomía que adquieren las personas influye en todo el proceso de participación política, porque propicia una interacción directa con otros actores y multiplica las

posibilidades de contacto y relación. En épocas anteriores, era absolutamente impensable que un ciudadano común pudiera tener acceso a discursos originales y completos de personajes públicos; que contara con la posibilidad de escribir directamente a un político o que pudiera manifestar abiertamente sus opiniones en la esfera pública, sin tener que enviar una carta a un medio o buscar un espacio en una emisión radiofónica.

La autonomía informativa logra que se reduzca drásticamente la dependencia de los canales tradicionales de información hasta el punto de llegar a prescindir de intermediarios o de dejarlos relegados a un segundo plano. La sobreabundancia de datos y la interactividad de las redes dialéctico entre partidos de derecha e izquierda han surgido “partidos conectivos” (*Connective parties*) que incorporan las posibilidades de la Web 2.0 y se caracterizan por ceder funciones organizativas centrales a los ciudadanos y seguidores a través de plataformas digitales. Los nuevos colectivos quieren alejarse de las estrategias organizativas de los partidos de derecha, más favorables a estructuras jerarquizadas, con la centralidad de un líder y valores compartidos; y las de los partidos de izquierda, que se quieren presentar como abanderados de la diversidad con prácticas políticas donde prime la inclusión y la deliberación. Es, en este escenario, en el que las tecnologías digitales son percibidas como una estructura de oportunidad. Algunos partidos políticos tradicionales, pero, fundamentalmente, los nuevos partidos de izquierda que están surgiendo en Europa, han sido presentados como ejemplos de este proceso conectivo.

En esta misma línea, no sólo las estrategias de los partidos conectivos están abriendo el ámbito de la participación política digital convencional, sino que contamos con estrategias de otros colectivos, empresas, organizaciones sin ánimo de lucro o aplicaciones como Civitana, Change.org o el mencionado Appgree ofrecen servicios y herramientas digitales para realizar consultas ciudadanas o recogida de firmas para peticiones sobre determinados temas políticos o sociales. Se trata, desde luego, de un paso importante ya que supone, potencialmente, una mercantilización de las actitudes, valores y actividades políticas de los ciudadanos que están tomando más protagonismo.

En definitiva, aunque no es oro todo lo que reluce, los ciudadanos de la era digital se enfrentan a un escenario muy diferente al que encontramos las personas de la era analógica. En cierta medida, y aunque es un proceso abierto, instituciones como la administración de los gobiernos o los partidos políticos están dando pasos para reducir el peso de los mediadores y las labores políticas que les competen. Así, los procedimientos administrativos están sujetos a un proceso de desintermediación en la medida en que los ciudadanos, directamente, interactúan y gestionan los procesos que les afectan. Es más, la digitalización de dichos procesos permite mayor independencia en la media en que permite una mayor organización del tiempo dedicado a estas labores. Por su parte, nuevos modelos de partidos políticos permiten a los ciudadanos incorporarse a las funciones otrora propias de la élite política y diluir el peso de los mediadores en tanto que políticos profesionales que interpretaban los intereses y voluntad de los ciudadanos. Se trata, sin duda, de un incipiente proceso que debe ser observado con detenimiento.

c) Los efectos no deseados del cambio en la comunicación social y política.

A lo largo de la década de los noventa, en un contexto marcado por una profunda desafección política, un número importante de académicos comenzaron a debatir sobre la posibilidad y de un sistema democrático en el que los ciudadanos adquirieran un mayor protagonismo y en el que se reforzara su identificación con las instituciones

públicas. En concreto, se esperaba que toda la ciudadanía, o una parte importante de ella, pudiera participar en las discusiones sobre temas de relevancia social, política y económica que la afectaban directamente (Elster, 2001).

Desde entonces, bajo esta perspectiva, la participación ciudadana presenta dos dimensiones, de una parte, la democrática porque busca que la toma de decisiones sea colectiva e involucre a todos los interesados y por otra, la dimensión deliberativa, porque se hace desde la discusión “deliberación” de argumentos (Elster, 2001). Se espera que los ciudadanos puedan manifestar de forma dialogada y razonada sus preferencias frente a los temas que los afectan (Robles, 2011).

Paralelo a esta discusión, surgieron los primeros estudios sobre política e Internet que consideraban que, este medio, se transformaría en un ámbito en el que los ciudadanos podrían expresar sus opiniones políticas reduciendo drásticamente la desafección pública en los sistemas democráticos. La idea de democracia digital expresa esta situación en gran medida. Autores como Hague and Loader (1999) han señalado que Internet es un vehículo para reforzar y revitalizar la participación democrática en el siglo XXI.

Posteriormente, con la irrupción de las herramientas de interacción de la web 2.0, tomó más fuerza el argumento ciber-optimista. Como hemos visto en el punto 3.1 de este informe, conceptos como la desintermediación enfatizan en el poder de los ciudadanos para mejorar sus oportunidades de comunicación política, así como de interlocución e interacción con sus representantes. Así mismo, las tecnologías digitales permiten a los ciudadanos generar contenidos culturales y políticos y cobrar un importante protagonismo en los debates públicos. Sin embargo, casi dos décadas después de la publicación de estas obras inaugurales y en medio del debate sobre la desintermediación, no son pocos los expertos que alertan sobre determinados efectos negativos de Internet en el ámbito de la comunicación política (Gentzkow, 2016). Entre estos efectos, la polarización, la *incivility* o la homofilia se han transformado y han acaparado la atención de los expertos, por los riesgos de este tipo de comportamientos sobre la dimensión deliberativa de la democracia y, por extensión, sobre el correcto juego que la opinión pública debe jugar en las democracias actuales (Sunstein, 2017).

-La digitalización de la opinión pública.

Para Arias (2016), sin duda, uno de los lugares —aunque no sea un lugar en sentido estricto— donde la sentimentalización de la democracia se deja ver con más claridad es la esfera pública, es decir, allí donde se desarrolla la conversación pública que es, a la vez, creadora de opinión con influencia sobre el gobierno y sobre los ciudadanos, así como parte del proceso político en tanto esfera de creación y transmisión de significados y percepciones.

Esta autora, tiene así plena lógica que las transformaciones en la esfera pública, que lo son también del modo en que se desarrolla la conversación colectiva, hayan de ser observados con atención: el tono de la opinión pública constituye la atmósfera en que se desenvuelve la democracia. Y en nuestros días, desencadenada ya de forma abierta la revolución de las tecnologías de la información, es necesario preguntarse cuál es el impacto de la digitalización sobre la conversación pública, lo que supone discernir la medida en la cual esta conversación pública contribuye a exacerbar los sentimientos de sus integrantes o incrementa, por el contrario, sus contenidos de razón estructurando el debate con arreglo a reglas orientadas a tal fin. A sabiendas, valga la cautela, de que no ha existido aún ni existirá jamás una democracia asentada en un impecable uso público de la razón.

Sabido es que la esfera pública está formada por un conjunto de instituciones políticas, prácticas y actividades cuyos participantes intercambian ideas sobre asuntos de interés público. Es verdad que existen notables discrepancias en la literatura acerca de la modernidad o antigüedad del fenómeno y sobre los contornos precisos de la misma (cfr. Ward, 2014).

Para Habermas (1981), autor del estudio de referencia sobre su evolución histórica, excluye de ella a las familias y los mercados, a pesar de que podría argüirse que las primeras son un espacio de socialización y conversación privada con una clara influencia sobre las percepciones sociales y que el mercado posee virtudes epistemológicas indudables por mor de su capacidad para transmitir información sin necesidad de una distribución centralizada. Por otro lado, aunque la institucionalización de la función de la opinión pública en las democracias representativas hubo de esperar a la transformación ilustrada del fenómeno, ligado a la aparición de nuevas formas de conversación y difusión de las opiniones, parece probado que la publica voce de Maquiavelo, antes vox populi romana, no dejaba de cumplir una función en los regímenes políticos precedentes; una función, cabe decir, aún más difusa de la que cumplen hoy dada la ausencia de mecanismos democráticos de elección que obligasen a los gobernantes a buscar el apoyo de los ciudadanos, que no obstante les convenía recabar para no convertirse a sus ojos en tiranos susceptibles de ser resistidos mediante la rebelión. Por lo demás, que el papel de la opinión pública en las democracias liberales no pueda ser institucionalizado de manera más precisa responde a su propia naturaleza amorfa y dinámica, además de a elementales cuestiones de escala.

Desde sus mismos orígenes, pertenece al campo semántico de la opinión pública la idea de que las posiciones públicas han de fundamentarse. Hay una dimensión prescriptiva del concepto que remite a la forma en que el debate público debería conducirse, que tal vez habría de entenderse como la aspiración a extender al conjunto de la opinión pública el modo en que siempre se han conducido algunos segmentos de la misma, en contraposición a formas menos sofisticadas de comunicación no por ello menos importantes en la formación de la opinión pública: desde la profecía al grafiti. Hablamos así de un ideal y de una práctica.

A este respecto, en su indagación histórico-conceptual, Hölscher (1978) ha puesto de manifiesto cómo son las nuevas instituciones burguesas —conciertos públicos, teatro, revistas morales y satíricas, salones— las que permiten el desarrollo de una nueva esfera pública a la que se proporciona un nuevo valor estético, moral y racional. Son aquellos espacios en los que el público instruido se comunicaba entre sí, limitación de entrada que relativiza la dimensión propiamente pública del fenómeno. Ya en el siglo XVIII, se ha consolidado la idea del público como sociedad burguesa educada.

El público era un colaborador ficticio, que podía encontrarse en libros y revistas en forma de clientes y amigos, al que se podía llamar como testigo en los conflictos de opinión y era sobre todo reconocido como juez capaz de dar la opinión final en toda clase de contiendas callejeras (Hölscher, 1978: 437).

Para Arias (2016). Sucede que la intensificación de las comunicaciones —su adensamiento progresivo— dio paulatinamente realidad a esa ficción, constituyéndose así una «sociedad» dentro de la sociedad formada por aquellos de entre sus miembros capaces de tomar parte en la conversación pública con los medios disponibles en su época. También entonces se añade a la idea de público una dimensión política que nunca lo abandonará: el público como parte activa de la vida pública del Estado.

-Habilidades digitales.

Las habilidades digitales facilitan la adopción de uso de internet y, simultáneamente, la obtención de resultados tangibles a partir de él (Helsper, 2016). Como señala Stefano De Marco (2021), el papel de las habilidades digitales es doble: fomentan la adopción de ventajas usos de internet, y generan beneficios tangibles de esos usos.

En los últimos años, ha comenzado a surgir evidencia empírica sobre el importante papel que juegan las habilidades digitales para facilitar la adopción de este uso de Internet (Van Deursen y van Dijk, 2009; Ebbers, Jansen y van Deursen, 2016; Lee y Porumbescu, 2019).

Todos estos estudios parecen apuntar a la posible existencia de brechas digitales de segundo y tercer nivel. en relación con el gobierno electrónico. Si este fuera el caso, sería necesario reflexionar seriamente sobre cuestiones en torno a garantizar el acceso de los ciudadanos a determinados servicios públicos, con independencia de su condición económica y social.

La división democrática (Norris, 2001; Min, 2010). Esto no sólo implicaría la distribución desigual de los beneficios que conllevan los usos políticos de internet, también tendría importantes consecuencias en términos de igualdad política.

-Uso político del Internet.

El uso político del Internet se refiere a la utilización de esta tecnología para fines políticos, ya sea para comunicarse con la ciudadanía, promover una determinada ideología o incluso para manipular la opinión pública. A continuación, se presentan algunas ideas clave del marco teórico del uso político del Internet con algunos autores que han investigado en este campo:

La comunicación política se refiere a la forma en que los políticos y partidos políticos interactúan con la ciudadanía. En el contexto del Internet, la comunicación política se ha visto transformada por las redes sociales y otras plataformas digitales. Los políticos y partidos políticos pueden utilizar estas herramientas para llegar a un público más amplio y conectar con los votantes de manera más directa. Algunos autores que han investigado sobre la comunicación política en línea son Bennett y Segerberg (2012) y Gil de Zúñiga, Jung, y Valenzuela (2012).

El Internet también ha permitido una mayor participación ciudadana en la política. Las redes sociales y otras plataformas digitales han dado lugar a una mayor transparencia y rendición de cuentas, y los ciudadanos pueden utilizar estas herramientas para compartir información y participar en debates políticos. Autores como Dahlgren (2009) y Loader y Mercea (2011) han investigado sobre la participación ciudadana en línea.

Manipulación de la opinión pública: Sin embargo, también es importante tener en cuenta que el uso político del Internet puede ser utilizado para manipular la opinión pública. Las noticias falsas, los trolls y los bots pueden ser utilizados para difundir información errónea y confundir a los votantes. Autores como Tandoc, Lim y Ling (2018) y Wardle y Derakhshan (2017) han investigado sobre la manipulación de la opinión pública en línea.

En conclusión, el uso político del Internet es una herramienta poderosa que puede utilizarse para conectarse con los votantes, promover una ideología y fomentar la participación ciudadana. También es importante considerar los riesgos asociados con el uso de esta tecnología, y tomar medidas para prevenir la manipulación de la opinión pública y garantizar la transparencia y la rendición de cuentas.

-Debates digitales en redes sociales.

Según la teoría de la «desintermediación», se asume que las nuevas tecnologías fomentan la producción y distribución de contenidos y mensajes dentro de una audiencia potencialmente global (Benkler y Nissenbaum, 2006). Siendo su principal propiedad, la capacidad para reducir el coste de participar, haciendo decrecer el poder de los mediadores clásicos y fomentando un modelo de comunicación más horizontal (Benkler y Nissenbaum, 2006; Robles & Córdoba, 2019). Otros autores sostienen un modelo híbrido en los debates digitales en redes sociales conocido como «igualación» o «nivelación». Esta teoría se fundamenta en una simbiosis entre un sistema comunicativo tradicional (basado en la verticalidad y la estructura convencional de poder) y un sistema digital (basado en la horizontalidad y la acción conectiva) (Benkler, 2015; Balcells y Cardenal, 2013). Esto quiere decir que la lógica de Internet puede contribuir a nivelar las diferencias tanto de recursos como de alcance social entre ciudadanos, medios de comunicación y partidos o líderes políticos, asimilando sus niveles de visibilidad (Balcells y Cardenal, 2013)

Asimismo, según la teoría de la «normalización», se asume que existen evidencias suficientes como para afirmar que los patrones comunicativos del mundo offline se están trasladando al mundo online (Margolis y Resnick, 2000). Por lo tanto, los sujetos políticos que tradicionalmente han mantenido una posición privilegiada continúan manteniendo esta ventaja competitiva en Internet bajo el argumento de «political as usual» (Margolis y Resnick, 2000; Molyneux y Mourão, 2017).

Un punto por tomar en cuenta son los umbrales de participación política. Cabe señalar que para que una persona se involucre en actividades políticas, estos requisitos pueden incluir el conocimiento político, el acceso a los recursos y la motivación, asimismo en los umbrales se pueden identificar perfiles de participación política que pueden incluir variables como la edad, el género, la educación, el nivel socioeconómico, la ideología política, entre otros. Estos perfiles pueden ser importantes para entender cómo y por qué ciertas personas se involucran en actividades políticas en las redes sociales.

Las formas de participación política en las redes sociales incluyen el uso de plataformas de redes sociales para difundir información, debatir temas políticos, organizar protestas, promover campañas políticas, y votar en línea, entre otros. Las redes sociales han cambiado la forma en que las personas participan en la política y han permitido que las personas tengan un mayor acceso a la información y la participación en la toma de decisiones políticas. Sin embargo, también han generado nuevos desafíos en cuanto a la veracidad de la información y la manipulación de la opinión pública.

-Emotivismo en redes sociales.

Diferentes ramas científicas, entre ellas la neurociencia, han cuestionado el predominio de los juicios razonados sobre los afectos y emociones en los debates (Damasio, 1999). Existe un amplio consenso científico sobre los efectos del emotivismo en la política derivados de los sentimientos, especialmente en el campo de la comunicación y la participación (Szabó, 2020). La comunidad científica ha orientado la investigación hacia el aumento del componente emotivo en los debates políticos, concretamente, en el rol de las emociones para producir, procesar y generar respuestas en los discursos políticos (Verbalyte, 2018; Zhang y Clark, 2018).

Papacharissi (2015) señala que, en participación política, la expresión de sentimientos y emociones no siempre van ligados a la falta de razón, sino que los afectos pueden incluso intensificar el pensamiento razonado. Estas dinámicas facilitan la construcción de vínculos de afinidad que ayudan a los usuarios a identificarse y compartir símbolos, valores o ideas que

promueven la acción colectiva (Mateus, 2019; Nussbaum, 2014). Por ello, se puede argumentar que las prácticas políticas son emocionales, ya que tanto la propia acción política como sus estructuras institucionales y organizativas generan dinámicas afectivas. A su vez, las instituciones y las prácticas políticas dependen de formas concretas de afectividad, materializadas en sentimientos y orientaciones emocionales dominantes; es decir, los afectos constituyen un rasgo característico de lo político (Slaby y Bens, 2019).

Además, los afectos son un instrumento de la política vinculado con la práctica retórica para el ejercicio del poder o la resistencia al mismo (Mateus, 2019). Por ejemplo, fenómenos como los eslóganes, las expresiones políticas y colectivas, o los hashtags y memes en los medios sociales, constituyen el imaginario colectivo. En estas representaciones colectivas priman mitos, rituales y alegorías fundamentados en la propagación de emociones, y no solo las ideologías y los pensamientos utópicos. Es decir, se trata de un fenómeno de emocionalidad complejo que alienta la participación comunitaria y conduce al planteamiento de dos cuestiones: por un lado, como se utilizan los afectos en la configuración de la práctica política y, por otro, cómo influyen para comprender políticamente la sociedad (Mateus, 2019).

Desde diversos enfoques en Ciencias Sociales, como los de Arias (2016) o Arfuch (2016), se ha bautizado como giro afectivo al aumento de los estudios centrados en los afectos como dinámicas espontáneas y preconscientes y su influencia sobre los individuos en su percepción e interacción con la realidad. En política, este fenómeno de cambio va más allá de un giro epistemológico, ya que abarca también una reconfiguración de la estructura social, cuyos rasgos son el individualismo, el debate público personalizado, la confusión entre espacios público y privado, la polarización y el predominio de lo audiovisual sobre la palabra escrita (Arias, 2016; Arfuch, 2016).

En el giro afectivo, las emociones obran un papel fundamental para articular la opinión pública, destacando las redes sociales por su transmisión inmediata de emotivismo (Han, 2014). Ya no son solo herramientas seleccionadas para consumir noticias y expresar la opinión públicamente (Shah et al., 2017). Tal y como afirma Papacharissi (2016), la ciudadanía hace uso de estas redes principalmente con propósitos heurísticos o expresivos y no para deliberar, por lo que su implicación en los asuntos políticos con otras comunidades es meramente transitoria; esta adhesión efímera aleja la racionalidad de los debates políticos sobre temas que afectan al conjunto de los ciudadanos. Sin embargo, esta autora también remarca que, por encima de la persuasión basada en razonamiento, en las redes se contagia la emocionalidad cuando se discute sobre asuntos de interés general (Papacharissi, 2016).

Conviene resaltar que existe cierta confusión a la hora de referirse a los afectos, ya que ocasionalmente se utilizan indistintamente sentimientos y emociones (Schemer, 2014). En el ámbito de interacción de las redes sociales, el afecto se considera performativo y provoca el contagio (Papacharissi, 2015). Al expresarse en palabras, toma forma y el afecto se transforma en sentimiento. De ahí que se pueda aseverar que los sentimientos y las emociones tienen el potencial de transformar el afecto en una acción. Pese a que los teóricos habermasianos enfatizan la racionalidad para participar y deliberar en la toma de decisiones formales (Dahlberg, 2014), este ideal normativo puede conllevar la exclusión y el desempoderamiento de ciertos grupos que expresan de forma natural la subjetividad mediante los afectos (Dahlgren, 2018).

Empero, existe otra corriente teórica que alerta de que, en el contexto de los públicos afectivos en red, al estar mediados y estructurados en torno al afecto, no solo tienen la capacidad de conducir a la acción colectiva (Bennett y Segerberg, 2012), sino que también potencian la homofilia o propinquidad (la tendencia de los usuarios establecer vínculos con personas con las que comparten a sus creencias previas) (Sunstein, 2007). Este fenómeno, junto con la formación de las llamadas cámaras de eco (entornos en los que reverbera una misma idea

compartida por individuos de ideas afines, reforzando sus posicionamientos de partida) (Sunstein, 2007; Bouvier, 2020; Castillo de Mesa et al., 2021).

En esta línea teórica, Papacharissi (2015) advierte de que en estos espacios en red se forman nodos que conectan efectivamente a los usuarios basándose en narrativas simples con altos niveles de polarización que desplazan los relatos deliberativos o los discursos basados en la razón y aumentan fuertemente el contagio de afectos. La autora llama a este intercambio de expresiones emocionales como sintonía afectiva, fenómeno que se aleja de la deliberación y la acción colectiva tradicionales, y conlleva nuevas formas de participación según las características del medio. Por ejemplo, en Facebook podemos observar la sintonía afectiva con la opción de “me gusta” en una publicación, apoyar una noticia en un agregador, subir y compartir videos, memes o imágenes. Estas acciones se pueden considerar intensas pero cívicas e implican cierto compromiso (Papacharissi, 2015).

De forma similar, Twitter ofrece compartir mensajes, fotos, infografías, noticias, y otros contenidos. Sin embargo, existe evidencia empírica en el potencial de Twitter para promover procesos participativos democráticos, puesto que los usuarios de la red no gozan del mismo reconocimiento público y ello dificulta la horizontalidad en los debates (Teruel y Zafra, 2022). Los líderes mediáticos y los partidos políticos continúan teniendo mayor capacidad de alcance en este tipo de redes, donde no solo prima el número de seguidores, sino la gestión de los perfiles bajo parámetros de personas expertas en comunicación digital, influencers, líderes mediáticos e instituciones como medios de comunicación y partidos (Marcos-García et al. 2022).

En la arena política, esta dinámica nos lleva a la verticalidad de poder, en la que prevalece un discurso que persigue conseguirlo. Por ello, el éxito de las personas que ejercen la política descansa en las normas de expresión y en el discurso emocional que conecta con los internautas. En las estrategias de comunicación política de profesionales el componente emocional es la clave y la rutina para mover seguidores (Heaney, 2019; Szabó, 2020). Por ejemplo, en las elecciones de 2016 de EE.UU. se compartieron significativamente más los tweets emocionales que los que tenían apelaciones neutrales (Brandy et al., 2017).

También se ha comprobado que los mensajes del Gobierno de EE.UU. de carácter institucional generaban más interacción cuando contenían representaciones afectivas y simbólicas. Por ello, se puede destacar que, además del contenido, las redes sociales ofrecen reacciones al mensaje que son afectos ligados a estímulos determinados (Papacharissi y de Fatima Oliveira, 2012; Tettegah y Noble, 2016; Paasonen, 2016).

La preocupación de la comunidad científica se ha orientado también en la emotividad que se transmite en las redes mediante afectos que promueven sentimientos negativos. Sobieraj y Berry (2011) caracterizaron el discurso de la indignación o la ira (“outrage”) como un discurso político que persigue provocar respuestas viscerales como el miedo. Ese efecto se consigue, por ejemplo, con el uso excesivo de generalizaciones, el sensacionalismo, el melodrama o las noticias falsas, entre otras estrategias políticas. El peligro de estos mensajes es que podrían derivar en una polarización afectiva Allcott y Gentzkow (2017) pudiendo llegar incluso a romper el flujo de la comunicación. Este tipo de polarización puede suponer una amenaza para las democracias puesto que los participantes no solo muestran su afecto hacia su partido o sus líderes, sino que consideran desagradables y rechazan cualquier propuesta de los partidos opuestos. Por ello, la polarización afectiva requiere no solo un sentimiento positivo hacia el propio grupo, sino también un sentimiento negativo hacia aquellos que se identifican con grupos opuestos (Shanto et al., 2012).

-Ciudadanía digital.

La ciudadanía digital es un concepto que se refiere a las habilidades, competencias y valores que se necesitan para participar activamente en la sociedad de la información. Aquí hay algunos autores y teorías que contribuyen al marco teórico de la ciudadanía digital:

Jenkins (2006) ha propuesto el concepto de "alfabetización transmedia" como una forma de ciudadanía digital. Según él, las personas necesitan ser capaces de navegar y comprender diferentes tipos de medios y plataformas para participar plenamente en la cultura digital.

Asimismo, Kellner (2006) ha discutido la importancia de la ciudadanía crítica en la era digital. Él cree que la ciudadanía crítica implica la capacidad de analizar y cuestionar los mensajes y la información que se encuentran en línea, y de entender cómo se utilizan estos mensajes para influir en la sociedad.

Por su parte, Livingstone ha propuesto que la ciudadanía digital implica tener un conjunto de habilidades técnicas, sociales y críticas que permiten a las personas participar de manera significativa en la sociedad digital. Ella ha enfatizado la importancia de enseñar estas habilidades en la educación formal y no formal.

Benkler (2015) ha argumentado que la tecnología digital puede proporcionar nuevas oportunidades para la participación ciudadana y la acción colectiva. Él ha sugerido que las personas pueden utilizar la tecnología para colaborar y organizarse en torno a objetivos comunes.

El marco teórico de la ciudadanía digital se centra en desarrollar habilidades, competencias y valores para participar en la sociedad de la información. Se destaca la importancia de la alfabetización digital, la ciudadanía crítica, la educación y la acción colectiva.

Mike Ribble (2015) es un reconocido autor y educador que se especializa en el campo de la ciudadanía digital. En su obra "Digital Citizenship in Schools" (Ciudadanía digital en las escuelas), Ribble presenta un marco de nueve elementos clave que forman parte de la ciudadanía digital. Estos elementos son fundamentales para promover un uso responsable, ético y seguro de la tecnología en el entorno educativo y más allá.

A continuación, se presenta un breve resumen de los nueve elementos de la ciudadanía digital propuestos por Mike Ribble (2015):

Se refiere a la comprensión de los derechos y responsabilidades de los individuos en el entorno digital, incluyendo el respeto a los demás, la participación activa y el uso responsable de la tecnología. La equidad Digital, hace hincapié en la importancia de garantizar un acceso equitativo a la tecnología y a las oportunidades digitales para todos los individuos, sin importar su origen socioeconómico o ubicación geográfica. Se trata de desarrollar las habilidades y competencias necesarias para buscar, evaluar, utilizar y crear contenido de manera efectiva y crítica en el entorno digital. Implica adoptar conductas positivas, éticas y respetuosas en línea, incluyendo el manejo de conflictos, el respeto a la diversidad y el cuidado de la reputación digital.

La comunicación digital se centra en la capacidad de utilizar de manera efectiva las herramientas de comunicación digital, como el correo electrónico, las redes sociales y los mensajes instantáneos, para expresarse de manera clara, respetuosa y segura. Un concepto clave es Ciudadanía Global, que hace referencia a la comprensión de las responsabilidades y el impacto global de nuestras acciones en línea, así como la promoción del respeto cultural y la participación en asuntos globales. Asimismo, otro concepto es la Seguridad Digital, que

se centra en la protección de la información personal, la prevención de amenazas en línea y el uso de medidas de seguridad adecuadas para garantizar una experiencia digital segura.

Asimismo, Howard Rheingold (2007), es un autor y pensador reconocido en el ámbito de la tecnología y la sociedad. En su libro "Smart Mobs: The Next Social Revolution" (Multitudes inteligentes: la próxima revolución social), Rheingold examina el impacto de la tecnología digital en la colaboración y la participación ciudadana.

En su obra, Rheingold (2007), destaca cómo la tecnología digital, como los teléfonos móviles y las redes sociales, puede facilitar la formación de "multitudes inteligentes". Estas multitudes inteligentes son grupos de personas que se conectan a través de la tecnología para colaborar en proyectos, compartir información y tomar decisiones colectivas.

Rheingold (2007), explora cómo estas multitudes inteligentes pueden tener un impacto significativo en diferentes ámbitos de la sociedad, como la política, la economía y la cultura. Destaca cómo la tecnología puede permitir una participación ciudadana más amplia y global, superando las barreras físicas y geográficas.

El autor también examina los beneficios y los desafíos de las multitudes inteligentes. Muestra ejemplos históricos y contemporáneos de movimientos y proyectos impulsados por estas multitudes, resaltando cómo la colaboración en línea puede fomentar la creatividad, la resolución de problemas y el activismo.

En resumen, Howard Rheingold (2007), en su libro "Smart Mobs: The Next Social Revolution", explora cómo la tecnología digital puede impulsar la colaboración y la participación ciudadana a través de las multitudes inteligentes. Destaca cómo la conectividad digital puede facilitar la formación de grupos de personas que trabajan juntas para lograr objetivos comunes y generar cambios en la sociedad.

9.0 Objetivos

Analizar la relación entre la desigualdad digital y la ciudadanía digital de los usuarios en las redes sociales en el Perú del 2019-2022.

Cuadro N°1.

Objetivos específicos/actividades.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACTIVIDADES (ACCIONES)
O.E.1. Identificar perfiles sociodemográficos de usuarios de las páginas web y las redes sociales de la Administración pública.	Identificar las Redes Sociales a analizar.
	Descarga de base de datos de redes sociales.
	Aplicar HERRAMIENTA R y <i>CROWDTANGLE</i> .
	Resultado: detección de comunidades
	Resultado: medias de centralidad y mediación
O.E.2. Identificar las brechas digitales en los usuarios de	Identificar las principales páginas de administración pública (gobierno electrónico)

las páginas web y redes sociales de la Administración pública.	Identificar plataformas de interacción y brechas digitales
	Obtención de datos de las páginas web y redes sociales gubernamentales con herramientas cuantitativas y cualitativas.
O.E.3. Determinar cómo la participación política digital influye en la gestión de los derechos ciudadanos de los usuarios redes sociales.	Descarga de base de datos de Redes Sociales.
	Analizar los comentarios en Redes Sociales
	Aplicar HERRAMIENTA R y <i>CROWDTANGLE</i> .
	Resultado: análisis lexicográficos
	Se desarrollarán entrevistas en profundidad a los perfiles sociodemográficos encontrados.

Nota. Elaboración propia.

En ese sentido, se formula la pregunta central de la investigación ¿cuál es la relación entre la desigualdad digital y la constitución de la ciudadanía digital en los usuarios de redes sociales en el Perú del 2019-2022? Otras preguntas planteadas en este estudio son: ¿cuáles son los perfiles sociodemográficos de usuarios de las redes sociales de la Administración pública? ¿Cuáles son las brechas democráticas en los usuarios de las redes sociales de la Administración pública? Y ¿cuál es la participación política digital que influye en la gestión de los derechos ciudadanos de los usuarios redes sociales.

10.0 Hipótesis.

-Hipótesis general: Existe una relación inversamente proporcional entre la desigualdad digital y la ciudadanía digital en los usuarios de las páginas web y redes digitales gubernamentales en el Perú del 2019-2022.

-Hipótesis específica 1. El nivel socioeconómico de los usuarios de Internet tiene un efecto directamente proporcional en la adopción de usos ventajosos de Internet.

-Hipótesis específica 2. Las brechas digitales están mediadas por las habilidades digitales para acceder a las páginas web de las instituciones gubernamentales y redes sociales de los usuarios (uso político del Internet)

-Hipótesis específica 3. La participación en el acceso y uso de las redes políticas influye de manera positiva en la mejora de la gestión de los derechos ciudadanos de los usuarios de las páginas web y redes digitales gubernamentales.

11.0 Variables.

Variables independientes

-Variables socioeconómicas: (a)Edad, (b)Sexo, (c)Situación laboral, (d)Ingresos económicos.

-Variables sociodemográficas: (a)Nivel de estudio, (b)Ocupación.

-Variables de recursos en línea: (a) Recursos tecnológicos (b) Frecuencia de uso (c) Conexión a Internet (d) Cantidad de tecnologías utilizadas para conectarse a Internet fuera del hogar (e) Tecnologías disponibles en el hogar.

Variables dependientes

-Variables de habilidades digitales. (a) Presentación de formularios completos (b) Capacidad de buscar, seleccionar y procesar información de instituciones gubernamentales.

12.0 Método

12.1 Tipo de investigación

La investigación es longitudinal entre los años 2019 - 2022. se analizará tres momentos, el primero hace referencia pre-covid antes de febrero de 2020, el segundo durante la cuarentena abril-junio 2021 y finalmente la apertura con restricciones de julio de 2021 a la fecha.

12.2 Método de investigación

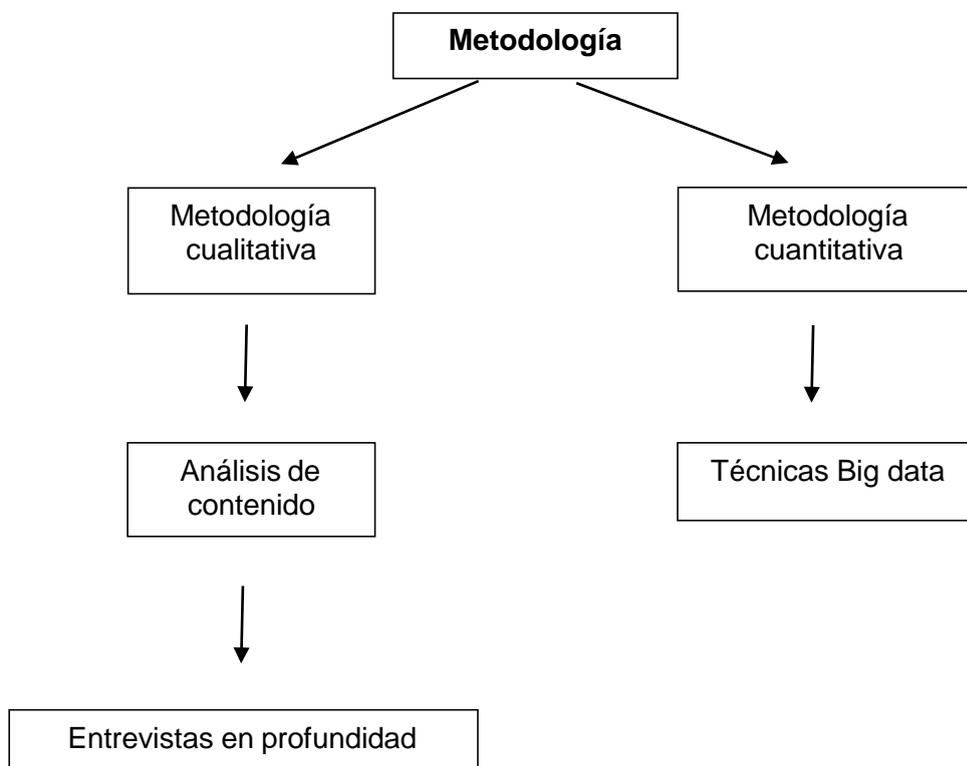
Método cualitativo y cuantitativo.

12.3 Diseño de investigación

La investigación desarrolla un diseño cuantitativo (*técnicas Big data*) y cualitativo (análisis de contenido y entrevistas en profundidad).

Gráfico N°1.

Metodología aplicada en la investigación.



Nota. Elaboración propia.

12.4 Muestra / Participantes / Sujetos / Base(s) de datos

a) Técnicas Big data

Participantes

Usuarios de las páginas web y redes sociales de las páginas de los Ministerios del Perú a través de sus comentarios.

Base de datos

Se han obtenido los datos de la red social de Facebook utilizando la herramienta *CrowdTangle* para descargar las publicaciones de la Sunat y los ministerios de Gobierno del Perú. Para Facebook, se realizó la descarga.

Cuadro N°2.

Enlace de base de datos de comentarios.

Ministerio de Salud	https://drive.google.com/drive/folders/10tnlz6-Mt9FZcPBP-xT-FkScW7aAeAH2?usp=drive_link
Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo	https://drive.google.com/drive/folders/1d-IAKElftSu35FFqofiC545WLjOs7y1J?usp=drive_link
Ministerio de Educación	https://drive.google.com/drive/folders/1cwxJW7cLqckLsMT1WCztrGBeBD O U J 3 L v ? u s p = d r i v e _ l i n k
Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables	https://drive.google.com/drive/folders/1ck5u9fyzSj74q6irtiiRLTIQYINbZYXZ?usp=drive_link
Ministerio de Transportes y Comunicaciones	https://drive.google.com/drive/folders/18b9gjrWixR3tkk9zN94PCtHMYFgg1vnU?usp=drive_link

Nota. Elaboración propia.

Páginas web y redes sociales

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) y el Ministerio de Salud (Minsa) son las dos instituciones estatales peruanas que cuentan con mayor despliegue y adeptos en las redes sociales. A dicha conclusión llega el estudio “Perú Gobierno Electrónico: Gestión de Redes Sociales en el Poder Ejecutivo”, realizado por *Social Media Academy*.

Según el reporte, el MTPE tuvo 262 mil *likes* en su página de Facebook en octubre, lo que la convierte en el ministerio con mayor cantidad de usuarios en dicha red social. En segundo lugar, está el Ministerio de Cultura con casi 200 mil *likes* y en tercero el Ministerio de Ambiente con 192 mil. De hecho, el MTPE fue el ministerio con mayor

crecimiento en Facebook, pasando de 156,1 mil a 262,7 mil, de julio a octubre de 2014.

Según los autores del estudio es evidente que los ministerios han intensificado el trabajo en redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube y Flickr principalmente) y ya lo consideran como un canal muy importante de comunicación con sus usuarios, aunque todavía falta fortalecer su capacidad de *feedback* con los usuarios y mejorar la presentación de los mismos, porque muchas veces siguen siendo manejados como boletines informativos que hacen eco a las noticias pero no agregan mayor valor en el contenido.

Social Media Academy considera que los ministerios con mejor desempeño, crecimiento y posicionamiento son "los que realizan contenidos diferenciados para redes, avanzando en la humanización de la institución en sus canales online y con mejor interacción con los usuarios, atendiendo consultas y respondiendo quejas".

No obstante, ello, agregan que en general a todos los ministerios les falta una cultura de atención al ciudadano ya que se han quedado más metidos al marketing político. La tendencia, no obstante, es en el 2015 aumentar los contenidos utilitarios y la atención al ciudadano. Los autores del estudio consideran que hay una correspondencia en el trabajo realizado por los Ministerios en diferentes redes sociales, y quienes tienen buen desempeño en Facebook también lo tienen en Twitter, aun cuando no se repitan los liderazgos.

El único caso diferente es el del MTPE, quien lidera en *Facebook*, pero en Twitter no figura entre los cinco ministerios que tuvieron más crecimiento de adeptos en Twitter en los últimos meses ni entre los cinco con más visitas.

Minsa es el que más seguidores tiene en Twitter y está seguido de cerca por PCM (Presidencia del Consejo de ministros), Cultura, Relaciones Exteriores y del Ambiente. El Ministerio de Educación resalta por ser la institución del Poder Ejecutivo que más creció en los últimos cuatro meses en Twitter, pasando de 31 mil seguidores a 67 mil a octubre de 2014, es decir más del 100%.

Los Ministerios del Perú ofrecían diversos servicios virtuales para facilitar el acceso a información, trámites y servicios relacionados con el transporte y las comunicaciones. Estos servicios en línea están diseñados para agilizar procesos y brindar a los ciudadanos una forma más conveniente de interactuar. Algunos de los servicios virtuales que ofrecen los detallaremos a continuación:

MINISTERIO DE SALUD



Fuente: <https://www.facebook.com/minsaperu>

<https://www.gob.pe/minsa>

El Ministerio de Salud del Perú es el órgano del Poder Ejecutivo encargado de formular, planificar, dirigir, ejecutar, supervisar y evaluar la política nacional en materia

de salud, así como de regular y supervisar las acciones y servicios de salud en todo el país. Su objetivo principal es garantizar el acceso universal, equitativo y de calidad a los servicios de salud para la población peruana, promoviendo la prevención de enfermedades y la promoción de estilos de vida saludables.

Los servicios virtuales que ofrece el Ministerio de Salud:

Portal del Ciudadano: Un portal en línea donde los ciudadanos pueden acceder a información relevante sobre salud, programas de prevención, campañas de vacunación y otros temas de interés.

Sistema de Citas en Línea: Algunos establecimientos de salud permiten agendar citas médicas en línea, lo que evita la necesidad de hacerlo de manera presencial.

Consulta de Expedientes Médicos Electrónicos: Algunos hospitales y centros de salud pueden brindar acceso en línea a los expedientes médicos de los pacientes, lo que permite a los usuarios revisar su historial médico y resultados de exámenes.

Consulta de Vacunación: La plataforma podría ofrecer la posibilidad de verificar el estado de las vacunas recibidas y las que aún son necesarias.

Información sobre Enfermedades y Prevención: Publicación en línea de materiales educativos sobre enfermedades, hábitos saludables y prevención.

Capacitación en Línea para Profesionales de la Salud: Ofrecer cursos y material de capacitación en línea para médicos Algunos hospitales y centros de salud pueden brindar acceso en línea a los expedientes médicos de los pacientes, lo que permite a los usuarios revisar su historial médico y resultados de exámenes.

Consulta de Vacunación: La plataforma podría ofrecer la posibilidad de verificar el estado de las vacunas recibidas y las que aún son necesarias.

Información sobre Enfermedades y Prevención: Publicación en línea de materiales educativos sobre enfermedades, hábitos saludables y prevención.

Capacitación en Línea para Profesionales de la Salud: Ofrecer cursos y material de capacitación en línea para médicos Algunos hospitales y centros de salud pueden brindar acceso en línea a los expedientes médicos de los pacientes, lo que permite a los usuarios revisar su historial médico y resultados de exámenes.

Consulta de Vacunación: La plataforma podría ofrecer la posibilidad de verificar el estado de las vacunas recibidas y las que aún son necesarias.

Información sobre Enfermedades y Prevención: Publicación en línea de materiales educativos sobre enfermedades, hábitos saludables y prevención.

Capacitación en Línea para Profesionales de la Salud: Ofrecer cursos y material de capacitación en línea para médicos La plataforma podría ofrecer la posibilidad de verificar el estado de las vacunas recibidas y las que aún son necesarias.

Información sobre Enfermedades y Prevención: Publicación en línea de materiales educativos sobre enfermedades, hábitos saludables y prevención.

Capacitación en Línea para Profesionales de la Salud: Ofrecer cursos y material de capacitación en línea para médicos La plataforma podría ofrecer la posibilidad de verificar el estado de las vacunas recibidas y las que aún son necesarias.

Información sobre Enfermedades y Prevención: Publicación en línea de materiales educativos sobre enfermedades, hábitos saludables y prevención.

Capacitación en Línea para Profesionales de la Salud: Ofrecer cursos y material de capacitación en línea para médicos.

MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO DEL PERÚ



Fuente: <https://www.facebook.com/MTPEPERU>

<https://www.gob.pe/mtpe>

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo del Perú es la entidad gubernamental encargada de formular, implementar y supervisar las políticas, normativas y programas relacionados con el trabajo, el empleo y las relaciones laborales en el país. Su objetivo principal es promover un ambiente laboral justo, equitativo y seguro, así como facilitar la creación de empleo decente y la protección de los derechos laborales de los trabajadores peruanos.

Los servicios virtuales que ofrece el MTPE:

Sistema de Registro Laboral en Línea: Posibilidad de registrar contratos laborales en línea, notificar cambios en los contratos y realizar trámites relacionados con la formalización laboral.

Consulta de Normativas y Legislación Laboral

Sistema de Quejas Laborales en Línea: Plataforma para presentar quejas y denuncias relacionadas con violaciones a los derechos

Sistema de Consulta de Trabajadores Registrados

Bolsa de Empleo en Línea

Capacitación en Línea

Cálculo de Beneficios Laborales

Programas de Apoyo al Empleo

Información sobre Derechos Laborales

Contacto y Consultas

MINISTERIO DE EDUCACIÓN DEL PERÚ



Fuente: <https://www.facebook.com/mineduperu>

<https://www.gob.pe/minedu>

Ministerio de Educación del Perú (Minedu) es la entidad gubernamental encargada de formular y ejecutar políticas educativas en el país. Su objetivo principal es asegurar una educación de calidad, equitativa e inclusiva para todos los ciudadanos peruanos, desde la educación inicial hasta la educación superior.

El Minedu diseña y promueve políticas y estrategias que buscan mejorar la calidad de la educación, aumentar la equidad y garantizar el acceso a oportunidades educativas para todos los peruanos. Se encarga de desarrollar y actualizar los planes curriculares en todos los niveles educativos, asegurando que los contenidos sean relevantes, actualizados y en línea con las necesidades de los estudiantes y la sociedad.

El Ministerio trabaja en la formación y capacitación de docentes para mejorar sus habilidades pedagógicas y garantizar una enseñanza de calidad en las aulas. Supervisa y evalúa la calidad educativa a través de exámenes nacionales y evaluaciones de aprendizaje con el objetivo de identificar áreas de mejora y ajustar las políticas educativas. Y promueve la inclusión de grupos vulnerables, como personas con discapacidad, poblaciones indígenas y comunidades rurales, asegurando que todos tengan acceso a una educación de calidad. Supervisa y mejora la infraestructura de las instituciones educativas para crear entornos adecuados y seguros para el aprendizaje. Fomenta la participación activa de la comunidad educativa y la sociedad en la toma de decisiones relacionadas con la educación.

Los servicios virtuales que ofrece el MINEDU:

El Ministerio de Educación del Perú había implementado varios servicios virtuales para facilitar el acceso a información y trámites relacionados con la educación. Estos servicios en línea están diseñados para agilizar procesos y brindar a los ciudadanos una forma más conveniente de interactuar con el Ministerio:

Sistema de Registro de Instituciones Educativas (RIE): Plataforma en línea para registrar y actualizar información de instituciones educativas, incluyendo datos sobre infraestructura, personales y otros aspectos relevantes.

Sistema de Matrícula Escolar en Línea: Permite a padres y tutores realizar la matrícula virtual de sus hijos, evitando la necesidad de acudir personalmente a las instituciones educativas.

Portal de Evaluación y Acreditación de Educadores: Espacio virtual para que los docentes puedan acceder a información sobre procesos de evaluación y acreditación, así como para realizar inscripciones y consultas.

Bolsa de Trabajo para Docentes: Plataforma en línea donde los docentes pueden acceder a ofertas de trabajo, presentar sus postulaciones y participar en procesos de selección.

Sistema de Evaluación Nacional (ECE): Herramienta en línea para gestionar exámenes nacionales y evaluar el rendimiento de los estudiantes en distintas áreas de conocimiento.

Plataforma de Recursos Educativos Digitales: Ofrece acceso a materiales educativos digitales para docentes y estudiantes, fomentando el uso de tecnología en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Trámites y Consultas sobre Títulos y Grados: Permite a los graduados y estudiantes realizar trámites relacionados con la obtención de títulos y grados académicos.

Consultas sobre Normativa Educativa: Proporciona información en línea sobre normas y regulaciones educativas vigentes.

Plataforma de Capacitación para Docentes: Ofrece cursos y recursos de formación en línea para el desarrollo profesional de los docentes.

Consulta de Resultados de Evaluaciones y Concursos.

MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES



Fuente: <https://www.facebook.com/MimpPeru>

<https://www.gob.pe/mimp>

El Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP) del Perú es la entidad gubernamental encargada de promover y garantizar los derechos de las mujeres y de aquellas poblaciones en situación de vulnerabilidad. El MIMP trabaja para prevenir y erradicar la violencia de género, así como para promover la igualdad de género y el bienestar de los grupos más vulnerables de la sociedad.

Las funciones y responsabilidades del Ministerio de la Mujer del Perú: El MIMP lidera esfuerzos para fomentar la igualdad de género en todos los ámbitos de la sociedad, trabajando en la eliminación de estereotipos y discriminación basada en el género, otra función se dedica a prevenir y erradicar la violencia contra las mujeres, así como a brindar apoyo y servicios a las víctimas de violencia doméstica, sexual y otros tipos de violencia de género.

El MIMP también se preocupa por la atención y protección de otros grupos vulnerables, como niños, niñas, adolescentes, personas con discapacidad y adultos mayores. El Ministerio, también trabaja en el fortalecimiento de capacidades y

competencias de las instituciones encargadas de abordar temas de género y poblaciones vulnerables.

El Ministerio desarrolla y promueve políticas públicas y normativas que buscan garantizar los derechos de las mujeres y poblaciones vulnerables. Implementa programas y campañas de sensibilización para promover el respeto de los derechos de las mujeres y la no violencia. Asimismo, ofrece servicios de atención integral para víctimas de violencia de género, incluyendo albergues, asesoría legal y atención psicológica. Trabaja en la promoción del empoderamiento económico de las mujeres, brindando oportunidades de formación y acceso a recursos.

Por último, colabora con organismos internacionales y otras naciones para intercambiar buenas prácticas y fortalecer estrategias de igualdad de género y protección de poblaciones vulnerables.

Los servicios virtuales que ofrece el MIMP:

Denuncia Virtual por Violencia de Género: Plataforma en línea que permite a las víctimas o testigos de violencia de género presentar denuncias de manera confidencial y recibir asesoramiento.

Consulta y Asesoramiento Legal en Línea: Brinda asesoría legal sobre temas relacionados con los derechos de las mujeres y poblaciones vulnerables, incluyendo violencia de género, derechos sexuales y reproductivos, entre otros.

Sistema de Atención en Línea para Víctimas de Violencia: Proporciona un canal de atención y seguimiento virtual para las víctimas de violencia, permitiendo que puedan recibir orientación y apoyo a través de medios electrónicos.

Plataforma de Orientación y Asistencia Psicológica: Ofrece acceso a servicios de orientación y asistencia psicológica en línea para personas que han experimentado situaciones de violencia.

Registro Nacional de Casos de Violencia Contra las Mujeres e Integrantes del Grupo Familiar: Plataforma en línea para registrar y consultar casos de violencia de género, lo que permite una mejor gestión y análisis de la problemática.

Directorio de Centros de Emergencia Mujer (CEM): Ofrece información actualizada sobre la ubicación y contactos de los Centros de Emergencia Mujer, que brindan atención y servicios a víctimas de violencia.

Plataforma de Capacitación en Línea: Ofrece cursos y materiales de capacitación en línea sobre temas relacionados con la igualdad de género, prevención de la violencia y otros temas relevantes.

Consultas sobre Programas y Beneficios Sociales: Permite a las personas consultar información sobre programas y beneficios destinados a mujeres y poblaciones vulnerables.

Información sobre Derechos y Recursos: Proporciona información en línea sobre los derechos de las mujeres y las poblaciones vulnerables, así como recursos disponibles para acceder a servicios y apoyo.

MINISTERIO DE TRANSPORTE Y COMUNICACIONES (MTC)



Fuente: <https://www.facebook.com/MTC.Peru>

<https://www.gob.pe/mtc>

El Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) del Perú es la entidad gubernamental encargada de regular y supervisar las políticas y actividades relacionadas con el transporte y las comunicaciones en el país.

Su objetivo principal es garantizar una infraestructura de transporte eficiente, segura y sostenible, así como promover la conectividad y el desarrollo en el ámbito de las comunicaciones.

Servicios virtuales que ofrece el MTC:

Consulta de Infracciones de Tránsito: Permite a los ciudadanos verificar en línea las infracciones de tránsito registradas a su nombre y obtener detalles sobre las sanciones correspondientes.

Trámites de Licencias de Conducir: Ofrece la posibilidad de realizar trámites en línea para obtener, renovar o modificar licencias de conducir.

Consulta de Papeletas Electrónicas: Proporciona acceso en línea para consultar papeletas y multas asociadas a vehículos.

Pago de Multas de Tránsito: Permite el pago en línea de multas de tránsito a través de plataformas electrónicas.

Consulta de Permiso de Circulación Vehicular: Ofrece la opción de consultar en línea el estado del permiso de circulación vehicular y verificar si está vigente.

Sistema de Registro de Transporte Terrestre: Permite la inscripción y actualización de información relacionada con vehículos y transportistas.

Consulta de Rutas y Horarios de Transporte Público: Ofrece información en línea sobre rutas, horarios y tarifas de transporte público en diversas ciudades del país.

Consulta de Datos de Empresas de Transporte: Proporciona acceso a información sobre empresas de transporte terrestre, marítimo y aéreo registradas en el Perú.

Sistema de Registro de Concesiones y Obras en Infraestructura de Transporte: Permite acceder a información sobre concesiones y proyectos de infraestructura de transporte en el país.

Sistema de Certificación de Inspecciones Técnicas Vehiculares: Ofrece la posibilidad de consultar en línea el estado de certificaciones de inspecciones técnicas vehiculares.

b) Entrevistas en profundidad

Muestra

Usuarios de la Página Web y redes sociales de los Ministerios del Perú, que son mayores de edad y de diferentes partes del Perú.

Cuadro N°3.

Datos de las entrevistas en profundidad.

CÓDIGO	GÉNERO	EDAD	ESTADO CIVIL	SUELDO	NIVEL EDUCATIVO	ZONA
CÓDIGO01	Femenino	27	Soltera	200-3000	Superior	Zona urbana
CÓDIGO02	Masculino	26	Soltera	5000	Superior	Zona urbana
CÓDIGO03	Masculino	32	Soltero	1200	Superior	Zona urbana
CÓDIGO04	Femenino	33	Soltera	2000	Superior	Zona urbana
CÓDIGO05	Femenino	33	Soltera	8000	Superior	Zona rural
CÓDIGO06	Femenino	30	Soltera	No precisa	Superior	Zona urbana
CÓDIGO07	Femenino	26	Soltera	No precisa	Superior	Zona urbana
CÓDIGO08	Masculino	27	Soltero	2500	Superior	Zona urbana
CÓDIGO09	Masculino	30	Soltero	2500	Superior	Zona urbana
CÓDIGO10	Femenino	23	Soltera	1030	Superior	Zona rural
CÓDIGO11	Masculino	27	Casado	2500	Superior	Zona rural
CÓDIGO12	Femenino	30	Soltero	1200	Superior	Zona rural
CÓDIGO13	Masculino	25	Soltero	1600	Superior	Zona rural
CÓDIGO14	Masculino	24	Soltero	1050	Superior	Zona rural
CÓDIGO15	Femenino	26	Soltera	3000	Superior	Zona rural
CÓDIGO16	Masculino	30	Soltero	No precisa	Superior	Zona urbana

CÓDIGO17	Masculino	38	Soltero	3500	Superior	Zona rural
CÓDIGO18	Masculino	38	Soltero	3000	Superior	Zona urbana
CÓDIGO19	Femenino	21	Soltera	300	Primaria	Zona rural
CÓDIGO20	Masculino	23	Soltero	7000	Superior	Zona urbana
CÓDIGO21	Masculino	22	Soltero	3000	Superior	Zona rural
CÓDIGO22	Masculino	24	Soltero	No precisa	Superior	Zona urbana
CÓDIGO23	Masculino	23	Soltero	800	Superior	Zona rural
CÓDIGO24	Femenino	24	Soltera	Básico	Superior	Zona urbana
CÓDIGO25	Masculino	23	Soltero	1000	Superior	Zona urbana
CÓDIGO26	Femenino	54	Soltera	No precisa	Superior	Zona urbana
CÓDIGO27	Femenino	42	Soltera	800	Superior	Zona urbana
CÓDIGO28	Femenino	41	Soltera	1500	Superior	Zona urbana
CÓDIGO29	Femenino	25	Soltera	2500	Superior	Zona rural
CÓDIGO30	Femenino	30	Soltera	1800	Superior	Zona rural
CÓDIGO31	Femenino	31	Casada	1500	Superior	Zona urbana
CÓDIGO32	Femenino	30	Soltera	2500	Superior	Zona rural

Nota. Elaboración propia.

-Variables independientes

Habilidades digitales

Variables socioeconómicas: (a)Edad, (b)Sexo, (c)Situación laboral, (d)Ingresos económicos.

Variables sociodemográficas: (a)Nivel de estudio, (b)Ocupación.

VARIABLES DE RECURSOS EN LÍNEA: (a) Recursos tecnológicos (b) Frecuencia de uso (c) Conexión a Internet (d) Cantidad de tecnologías utilizadas para conectarse a Internet fuera del hogar (e) Tecnologías disponibles en el hogar.

-Variables dependientes

VARIABLES DE HABILIDADES DIGITALES. (a) Presentación de formularios completos (b) Capacidad de buscar, seleccionar y procesar información de instituciones gubernamentales.

c) *Análisis de contenido*

Muestra

Cuadro N°4.

Páginas de Facebook del Gobierno Electrónico.

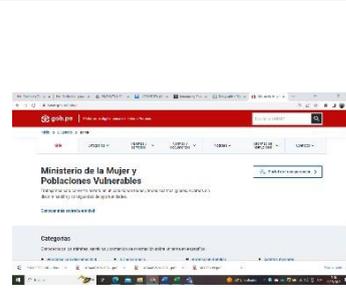
NOMBRES	LINK	PORTADA	SEGUIDORES
MINISTERIO DE SALUD	https://www.facebook.com/minsaperu		2,9 mill. seguidores 83 seguidos
MINISTERIO DEL TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO	https://www.facebook.com/MTPEPERU		1,5 mill. seguidores 87 seguidos
MINISTERIO DE EDUCACIÓN DEL PERÚ	https://www.facebook.com/mineduperu		1,6 mill. seguidores 118 seguidos
MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES DEL PERÚ	https://www.facebook.com/MimpPeru		433 mil seguidores 328 seguidos

<p>MINISTERIO DE TRANSPORT E Y COMUNICACIONES DEL PERÚ</p>	<p>https://www.facebook.com/MTC.Peru</p>		<p>805 mil seguidores 355 seguidos</p>
--	--	--	--

Nota. Elaboración propia.

Cuadro N°5.

Páginas web del Gobierno Electrónico.

NOMBRES	LINK	PORTADA	MEDIO DE INTERACCIÓN
<p>MINISTERIO DE SALUD</p>	<p>https://www.gob.pe/minsa</p>		<p>Central 113 Salud Central telefónica: (01) 315 6600</p>
<p>MINISTERIO DEL TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO</p>	<p>https://www.gob.pe/mtpe</p>		<p>Central telefónica: (01) 630-6000 anexo 1066 / 1099(01) 630-6030 anexo 1066 / 1099</p>
<p>MINISTERIO DE EDUCACIÓN DEL PERÚ</p>	<p>https://www.gob.pe/minedu</p>		<p>Central telefónica: (01) 615-5800 Plataforma</p>
<p>MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES DEL PERÚ</p>	<p>https://www.gob.pe/mimp</p>		<p>Central Telefónica del MIMP (01) 626 1600 Conviértete en una Familia Acogedora 1810</p>

			Y WhatsApp
MINISTERIO DE TRANSPORTE Y COMUNICACIONES DEL PERÚ	https://www.gob.pe/mtc		Policía Nacional 105 Centro de Bomberos 116 Defensa Civil 110 Samu 110

Nota. Elaboración propia

12.5 Instrumento de recolección de datos

a) Técnicas Big data

El análisis de datos masivos, o Big Data, es una herramienta valiosa para el estudio del gobierno electrónico en el Perú. A través de técnicas de Big Data, es posible recopilar, procesar y analizar grandes volúmenes de datos generados por interacciones en línea, transacciones electrónicas y otras actividades relacionadas con el Gobierno Electrónico.

Pasos de metodología

Paso 0. Obtención de datos

En primer lugar, se seleccionó las entidades que se utilizará en este estudio y se realizó un diccionario de las palabras claves más de utilizadas en las redes sociales por las instituciones, como se señala en el Cuadro N°6, a continuación:

Cuadro N°6.

Palabras claves.

Entidad	Palabras claves
MINISTERIO DE SALUD	COVID-19: Dado el contexto de la pandemia, esta palabra clave es muy relevante y se utiliza para buscar información actualizada sobre el coronavirus, medidas preventivas, vacunación, restricciones, entre otros temas relacionados.
	Vacunación: Relacionado con la búsqueda de información sobre el proceso de vacunación contra el COVID-19, como cronogramas, grupos prioritarios, centros de vacunación, efectos secundarios, entre otros.
	Medidas sanitarias: Palabra utilizada para buscar información sobre las medidas de prevención y control de enfermedades, como el uso de mascarillas, distanciamiento social, lavado de manos, entre otros.

	Salud mental: Relacionado con la búsqueda de información y consejos sobre el cuidado de la salud mental, manejo del estrés, ansiedad y otros problemas emocionales.
	Prevención: Palabra clave utilizada para buscar información sobre la prevención de enfermedades en general, consejos de vida saludable y promoción de hábitos saludables.
	Enfermedades: Los usuarios pueden buscar información sobre enfermedades específicas, síntomas, tratamiento, prevención, entre otros aspectos relacionados.
	Salud pública: Relacionado con noticias, políticas y acciones del Ministerio de Salud en el ámbito de la salud pública, como campañas de prevención, programas de salud, entre otros.
	Atención médica: Los usuarios pueden buscar información sobre servicios de atención médica, hospitales, centros de salud, citas médicas, entre otros aspectos relacionados.
	Nutrición: Palabra clave utilizada para buscar información sobre alimentación saludable, consejos de nutrición, dietas, entre otros temas relacionados.
	Educación sanitaria: Relacionado con la búsqueda de información sobre programas de educación sanitaria, talleres, charlas y recursos educativos proporcionados por el Ministerio de Salud.
MINISTERIO DEL TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO	Empleo: Palabra clave utilizada para buscar información sobre oportunidades de empleo, bolsas de trabajo, programas de empleo, entre otros aspectos relacionados.
	Derechos laborales: Relacionado con la búsqueda de información sobre los derechos y obligaciones de los trabajadores, como la jornada laboral, descanso semanal, vacaciones, seguridad laboral, entre otros.
	Salarios: Palabra utilizada para buscar información sobre los salarios mínimos, remuneraciones, aumentos salariales, bonificaciones, entre otros aspectos relacionados.
	Trabajo infantil: Relacionado con la búsqueda de información sobre las medidas y acciones tomadas para prevenir y erradicar el trabajo infantil en el país.
	Seguridad y salud en el trabajo: Palabra clave utilizada para buscar información sobre normas y regulaciones de seguridad y salud laboral, capacitaciones, prevención de accidentes laborales, entre otros aspectos relacionados.
	Inspecciones laborales: Relacionado con la búsqueda de información sobre las inspecciones laborales realizadas por el Ministerio de Trabajo para garantizar el cumplimiento de las normas laborales por parte de las empresas.
	Capacitación laboral: Palabra utilizada para buscar información sobre programas de capacitación y formación laboral, becas de estudio, cursos, entre otros aspectos relacionados.
	Derecho sindical: Relacionado con la búsqueda de información sobre el derecho de asociación y formación de sindicatos, negociación colectiva, huelgas, entre otros aspectos relacionados.
	Políticas laborales: Palabra clave utilizada para buscar información sobre las políticas y regulaciones laborales implementadas por el Ministerio de Trabajo, como programas de inclusión laboral, igualdad de género, entre otros.

	<p>Empleo juvenil: Relacionado con la búsqueda de información y programas enfocados en promover el empleo y la inserción laboral de los jóvenes en el mercado laboral.</p>
MINISTERIO DE EDUCACIÓN DEL PERÚ	<p>Educación: Palabra clave utilizada para buscar información sobre políticas educativas, programas educativos, currículo, metodologías de enseñanza, entre otros aspectos relacionados.</p>
	<p>Colegios: Relacionado con la búsqueda de información sobre colegios y escuelas, requisitos de matrícula, ubicación, horarios, infraestructura, entre otros.</p>
	<p>Currículo escolar: Palabra utilizada para buscar información sobre el currículo nacional y los contenidos educativos en los diferentes niveles educativos.</p>
	<p>Evaluación educativa: Relacionado con la búsqueda de información sobre evaluaciones educativas, como exámenes nacionales, evaluaciones de desempeño docente, entre otros.</p>
	<p>Tecnología educativa: Palabra clave utilizada para buscar información sobre el uso de tecnologías en la educación, plataformas educativas, recursos digitales, entre otros.</p>
	<p>Programas educativos: Relacionado con la búsqueda de información sobre programas específicos implementados por el Ministerio de Educación, como programas de inclusión, educación especial, educación rural, entre otros.</p>
	<p>Capacitación docente: Palabra utilizada para buscar información sobre programas de formación y capacitación para docentes, talleres, cursos, entre otros aspectos relacionados.</p>
	<p>Educación a distancia: Relacionado con la búsqueda de información sobre la educación a distancia, modalidades virtuales, plataformas de enseñanza en línea, entre otros aspectos relacionados.</p>
	<p>Orientación educativa: Palabra clave utilizada para buscar información sobre servicios de orientación vocacional, asesoramiento estudiantil, consejería educativa, entre otros aspectos relacionados.</p>
	<p>Educación inclusiva: Relacionado con la búsqueda de información sobre políticas y prácticas de educación inclusiva, adaptaciones curriculares, atención a estudiantes con necesidades especiales, entre otros.</p>
MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES DEL PERÚ	<p>Género: Palabra clave utilizada para buscar información y discutir temas relacionados con la igualdad de género, roles de género, estereotipos, entre otros aspectos.</p>
	<p>Violencia de género: Relacionado con la búsqueda de información y apoyo en casos de violencia contra las mujeres, como violencia doméstica, acoso sexual, trata de personas, entre otros.</p>
	<p>Derechos de las mujeres: Palabra utilizada para buscar información sobre los derechos de las mujeres, como el derecho a la igualdad, la no discriminación, la participación política y económica, entre otros aspectos.</p>
	<p>Empoderamiento de la mujer: Relacionado con la búsqueda de información sobre programas y actividades que promueven el empoderamiento de las mujeres en diferentes áreas, como la educación, el empleo, el liderazgo, entre otros.</p>

	<p>Igualdad de género: Palabra clave utilizada para buscar información sobre políticas y acciones dirigidas a lograr la igualdad de género en todos los ámbitos, incluyendo la educación, el trabajo, la participación política, entre otros.</p>
	<p>Maternidad y paternidad responsable: Relacionado con la búsqueda de información sobre derechos y responsabilidades relacionados con la maternidad y paternidad, como licencias por maternidad, cuidado de los hijos, entre otros aspectos.</p>
	<p>Participación política de las mujeres: Palabra utilizada para buscar información sobre la participación de las mujeres en la política, la representación política, el acceso a cargos de decisión, entre otros aspectos relacionados.</p>
	<p>Violencia sexual: Relacionado con la búsqueda de información y apoyo en casos de violencia sexual, como violación, abuso sexual, explotación sexual, entre otros.</p>
	<p>Derechos reproductivos: Palabra clave utilizada para buscar información sobre los derechos relacionados con la salud sexual y reproductiva de las mujeres, como el acceso a servicios de planificación familiar, anticoncepción, aborto legal, entre otros.</p>
	<p>Sensibilización de género: Relacionado con la búsqueda de información sobre programas y campañas de sensibilización y educación en igualdad de género, eliminación de estereotipos y promoción de la diversidad.</p>
	<p>Vivienda: Palabra clave utilizada para buscar información sobre programas de vivienda, acceso a viviendas sociales, requisitos para la adquisición de viviendas, entre otros aspectos relacionados.</p>
	<p>Construcción: Relacionado con la búsqueda de información sobre normativas y regulaciones de construcción, permisos de construcción, calidad de la construcción, entre otros aspectos.</p>
	<p>Saneamiento: Palabra utilizada para buscar información sobre sistemas de agua potable y alcantarillado, manejo de residuos sólidos, tratamiento de aguas residuales, entre otros aspectos relacionados.</p>
	<p>Mejoramiento de vivienda: Relacionado con la búsqueda de información sobre programas y subsidios para el mejoramiento de viviendas existentes, reparaciones, ampliaciones, entre otros aspectos.</p>
	<p>Programas sociales: Palabra clave utilizada para buscar información sobre programas sociales relacionados con vivienda, como bonos habitacionales, programas de alquiler social, entre otros.</p>
	<p>Desarrollo urbano: Relacionado con la búsqueda de información sobre planificación urbana, ordenamiento territorial, infraestructura urbana, transporte, entre otros aspectos relacionados.</p>
	<p>Sostenibilidad: Palabra utilizada para buscar información sobre prácticas y políticas de construcción y vivienda sostenible, eficiencia energética, uso de materiales sostenibles, entre otros aspectos relacionados.</p>
	<p>Titulación de predios: Relacionado con la búsqueda de información sobre el proceso de titulación de predios, regularización de terrenos, seguridad jurídica de la propiedad, entre otros aspectos.</p>
	<p>Subsidios de vivienda: Palabra clave utilizada para buscar información sobre subsidios y ayudas económicas para la adquisición de viviendas, especialmente para personas de bajos recursos.</p>

	<p>Asesoramiento inmobiliario: Relacionado con la búsqueda de información y asesoramiento sobre temas inmobiliarios, como compra y venta de propiedades, contratos de arrendamiento, trámites legales, entre otros aspectos.</p>
MINISTERIO DE JUSTICIA Y DERECHOS HUMANOS DEL PERÚ	<p>Justicia: Palabra clave utilizada para buscar información sobre el sistema de justicia, normativas legales, procesos judiciales, entre otros aspectos relacionados.</p>
	<p>Derechos humanos: Relacionado con la búsqueda de información sobre los derechos fundamentales de las personas, protección de los derechos humanos, políticas y acciones en favor de los derechos humanos, entre otros aspectos.</p>
	<p>Acceso a la justicia: Palabra utilizada para buscar información sobre el acceso a la justicia para todas las personas, asesoría legal, mediación, defensoría pública, entre otros aspectos.</p>
	<p>Seguridad ciudadana: Relacionado con la búsqueda de información sobre políticas y acciones relacionadas con la seguridad ciudadana, prevención del delito, protección de la ciudadanía, entre otros aspectos.</p>
	<p>Reinserción social: Palabra clave utilizada para buscar información sobre programas y acciones de reintegración de personas que han cumplido condenas penales, reinserción laboral, apoyo psicosocial, entre otros aspectos.</p>
	<p>Sistema penitenciario: Relacionado con la búsqueda de información sobre el sistema penitenciario, derechos de las personas privadas de libertad, condiciones de reclusión, rehabilitación, entre otros aspectos.</p>
	<p>Igualdad de género: Palabra utilizada para buscar información sobre políticas y acciones en favor de la igualdad de género, prevención y sanción de la violencia de género, promoción de la equidad, entre otros aspectos relacionados.</p>
	<p>Trata de personas: Relacionado con la búsqueda de información sobre la trata de personas, prevención, protección a las víctimas, persecución del delito, entre otros aspectos.</p>
	<p>Transparencia y lucha contra la corrupción: Palabra clave utilizada para buscar información sobre políticas y acciones en favor de la transparencia, lucha contra la corrupción, rendición de cuentas, entre otros aspectos relacionados.</p>
	<p>Justicia juvenil: Relacionado con la búsqueda de información sobre el sistema de justicia para adolescentes, medidas socioeducativas, programas de prevención del delito juvenil, entre otros aspectos.</p>

MINISTERIO DE TRANSPORTE	<p>Infraestructura</p> <p>Conectividad</p> <p>Comunicaciones</p> <p>Movilidad segmento</p> <p>Transporte Público</p> <p>Telecomunicaciones</p> <p>Aeropuertos</p> <p>Puertos</p> <p>Obras Públicas</p> <p>Desarrollo Sostenible</p> <p>Tecnología</p> <p>Innovación</p> <p>Concesiones</p> <p>Sostenibilidad</p> <p>Mejora de Vías</p> <p>Modernización del Transporte</p> <p>Accesibilidad</p> <p>Planificación Urbana</p> <p>Tránsito</p>
--------------------------	---

Nota. Elaboración propia.

b) Entrevista en profundidad semi estructurada.

Una entrevista en profundidad es una técnica de investigación cualitativa. El objetivo principal de una entrevista en profundidad es obtener una comprensión más profunda de las experiencias, opiniones, creencias, percepciones y emociones de los usuarios del Gobierno Electrónico Peruano

Participantes: Se realizaron 32 entrevistas en profundidad a usuarios de redes sociales y páginas web del Gobierno Electrónico peruano.

Estructura Flexible: Se elaboró una estructura flexible con guía de temas y preguntas (Ver Anexo N°1). Las entrevistas en profundidad tienden a ser más flexibles en su enfoque y estructura. Se contrataron 08 encuestadoras que fueron capacitadas y que siguieron una guía de temas o preguntas.

Entrevistadoras: Las entrevistadoras desempeñaron un papel clave en la obtención de datos valiosos, quienes establecieron un ambiente cómodo y de confianza, fomentando la apertura y la honestidad por parte del participante. Las entrevistas fueron virtuales y presenciales.

Preguntas Abiertas: Las preguntas en una entrevista en profundidad son abiertas, lo que significa que permiten respuestas detalladas y expresivas en lugar de respuestas de sí o no. Esto alentó a los participantes a compartir sus experiencias y pensamientos en sus propias palabras.

Duración: Las entrevistas duraron de 30 a 45 minutos.

Análisis: Después de las entrevistas, la coordinadora analizó los datos buscando patrones, temas y tendencias en las respuestas de los participantes para extraer conclusiones significativas.

c) Análisis de contenido.

El análisis de contenido es una técnica de investigación cualitativa que implica el examen sistemático y profundo de documentos, textos, imágenes, audios u otros tipos de contenido para identificar patrones, temas, significados y tendencias. Esta técnica se utiliza para obtener una comprensión más profunda de los mensajes y el contexto presente en el contenido analizado, en este estudio en particular se analizó las páginas web institucionales y páginas de Facebook, de los Ministerios del Gobierno del Perú.

El objetivo principal del análisis de contenido es revelar patrones y significados en el contenido, ya sea textual, visual o auditivo. Permite descubrir información relevante, construir categorías y conceptos, y comprender las relaciones entre los elementos presentes en el contenido.

Pasos seguidos en el análisis de contenido:

Recopilación de datos: El análisis de contenido comienza con la selección de los documentos que fueron seleccionados: Ministerio de Salud, Ministerio de Trabajo, Ministerio de Educación, Ministerio de la Mujer, Ministerio de Vivienda, Ministerio de Justicia y Ministerio de Transporte.

Codificación: En esta etapa, se identificó unidades de significado en el contenido y se codificó en categorías o temas relevantes.

Categorización: Se organizó unidades de significado en categorías específicas. Esto permitió agrupar la información similar y comprender mejor los patrones emergentes.

Identificación de Patrones: Al examinar las categorías y los datos codificados, se buscaron patrones, conexiones y tendencias en el contenido.

Interpretación: Se analizó los patrones y las relaciones identificadas y se establecieron conclusiones y significados más amplios.

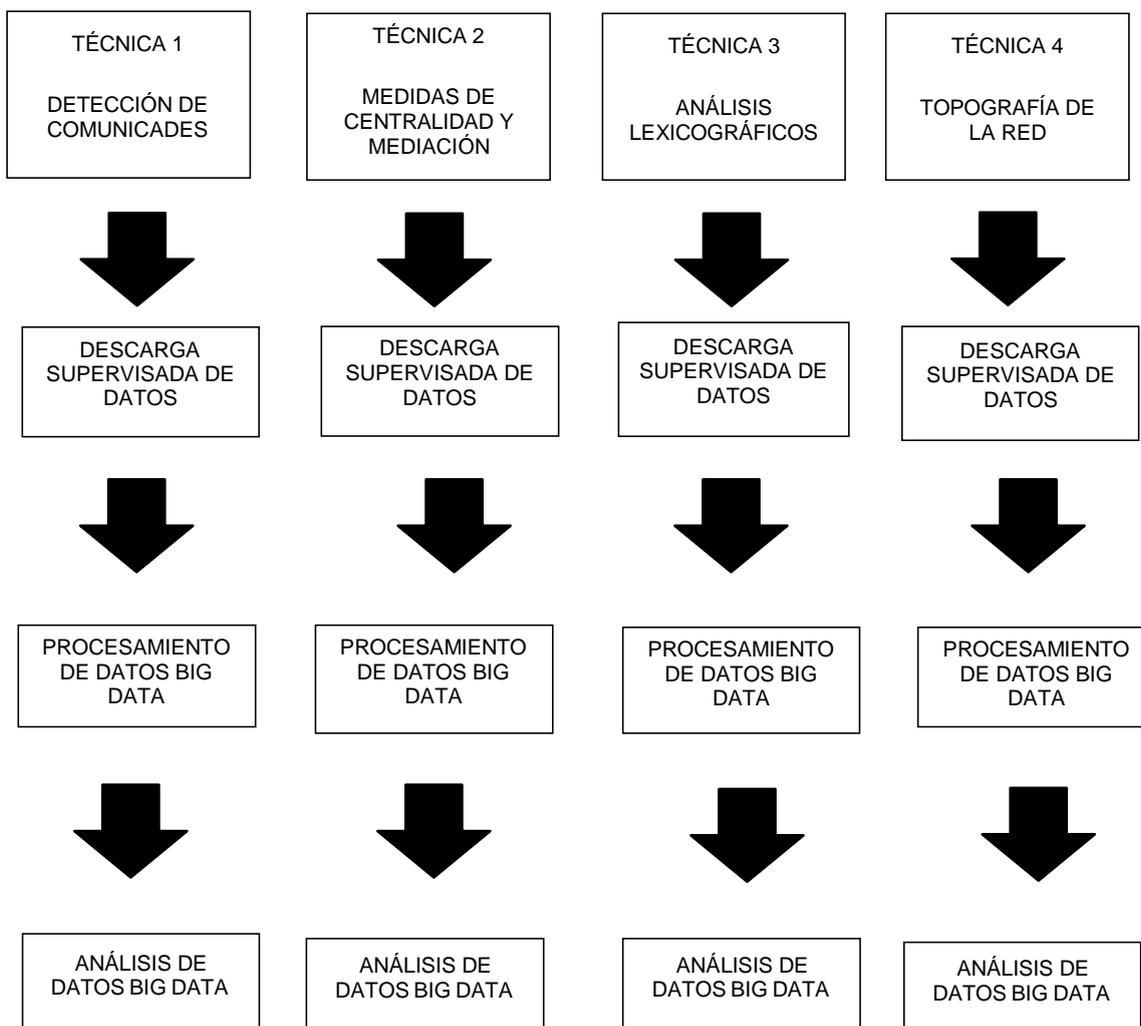
Informe: El resultado final del análisis de contenido, presentación que resume los hallazgos, patrones y significados descubiertos.

12.6 Técnicas de procesamiento de datos

Paso 1. Técnicas utilizadas

Gráfico N°2.

Técnicas utilizadas.



Nota. Elaboración propia.

-Técnica 1. Identificación de comunidades:

La detección de comunidades y agentes en redes sociales utilizando técnicas de Big Data es un proceso complejo pero factible. A continuación, te presento un enfoque general sobre cómo se puede abordar este problema:

El primer paso es recopilar los datos de las redes sociales que deseas analizar. Esto implica obtener permisos y acceso a la plataforma para extraer información relevante. Las APIs de las redes sociales suelen proporcionar métodos para acceder a los datos.

Una vez que tienes los datos, debes realizar un preprocesamiento para limpiar y estructurar la información. Esto puede implicar la eliminación de duplicados, normalización de formatos, eliminación de ruido, etc. Además, es importante identificar los elementos clave de la red, como usuarios, relaciones entre ellos y actividades relevantes.

Utilizando técnicas de Big Data, puedes analizar la estructura de la red para detectar comunidades y agentes importantes. Algunos enfoques comunes incluyen el análisis de grafos, donde los usuarios son nodos y las conexiones son las relaciones entre ellos. Mediante algoritmos de detección de comunidades, como el *Algoritmo de Louvain* o el algoritmo de detección de comunidades basado en el modularidad, puedes identificar grupos de usuarios altamente conectados entre sí.

Además de detectar comunidades, también puedes identificar agentes influyentes en la red. Esto implica analizar métricas de centralidad, como la centralidad de intermediación (*betweenness centrality*) o la centralidad de grado (*degree centrality*). Estas métricas te permiten identificar los usuarios más importantes y su influencia en la red.

El análisis de la estructura de la red, puedes analizar el contenido generado por los usuarios, como publicaciones, comentarios o hashtags. Esto te permite identificar temas relevantes dentro de las comunidades, así como las interacciones y comportamientos de los agentes clave.

Para comprender mejor los resultados, es útil visualizar la estructura de la red y las comunidades detectadas. Puedes utilizar herramientas de visualización de redes, como Gephi o Cytoscape, para representar gráficamente la información y explorar las interacciones entre los usuarios y las comunidades.

-Técnica 2. medidas de centralidad y mediación.

La descarga supervisada de medidas de centralidad y mediación se refiere a un proceso en el que se usan conjuntos de datos etiquetados para entrenar un modelo de aprendizaje automático para predecir o clasificar las medidas de centralidad y mediación en una red.

Las medidas de centralidad son utilizadas para determinar la importancia o influencia de los nodos en una red. Algunos ejemplos comunes de medidas de centralidad incluyen la centralidad de grado, la centralidad de intermediación y la centralidad de cercanía.

La mediación, por otro lado, se refiere al efecto indirecto que un nodo tiene sobre otros nodos en una red. La mediación puede ser medida utilizando técnicas estadísticas o modelos de aprendizaje automático.

En la descarga supervisada de medidas de centralidad y mediación, el proceso generalmente sigue los siguientes pasos:

Se necesita un conjunto de datos en el que se hayan calculado previamente las medidas de centralidad y mediación para cada nodo de la red. Estas medidas pueden ser proporcionadas por expertos o calculadas utilizando algoritmos específicos.

Preprocesamiento de datos: Los datos recolectados se someten a un proceso de limpieza y preparación para asegurar que sean adecuados para el entrenamiento del modelo.

Se seleccionan o se extraen características relevantes de los datos para representar los nodos y las relaciones entre ellos. Esto puede incluir atributos de los nodos, atributos de las relaciones, características topológicas de la red, entre otros.

Se utiliza el conjunto de datos etiquetados para entrenar un modelo de aprendizaje automático. Este modelo aprenderá a predecir o clasificar las medidas de centralidad y mediación en función de las características proporcionadas.

Se evalúa el rendimiento del modelo utilizando métricas adecuadas, como la precisión, el recall o el error medio cuadrático, para determinar su capacidad para predecir o clasificar correctamente las medidas de centralidad y mediación.

Aplicación del modelo: Una vez que el modelo ha sido entrenado y evaluado satisfactoriamente, se puede utilizar para predecir o clasificar las medidas de centralidad y mediación en nuevas redes no etiquetadas.

Es importante destacar que la descarga supervisada de medias de centralidad y mediación requiere un conjunto de datos etiquetados adecuado y representativo para obtener resultados precisos. Además, el rendimiento del modelo puede depender de la calidad y la cantidad de los datos disponibles, así como de las características seleccionadas y el algoritmo de aprendizaje utilizado.

-Técnica 3. Análisis Lexicográfico.

El análisis lexicográfico, también conocido como análisis de texto, se refiere al procesamiento y análisis de grandes volúmenes de texto utilizando técnicas de Big Data. Estas técnicas permiten extraer información valiosa de los datos textuales, como patrones, tendencias, temas y sentimientos. A continuación, se presentan algunas técnicas de Big Data que se utilizan en el análisis lexicográfico:

El procesamiento distribuido es fundamental para analizar grandes volúmenes de texto en Big Data. *Frameworks* como *Apache Hadoop* y *Apache Spark* se utilizan para distribuir el procesamiento en clústeres de computadoras. Estas herramientas permiten realizar tareas de procesamiento de texto, como tokenización, limpieza, etiquetado de partes del discurso y extracción de características, de manera eficiente en términos de tiempo y recursos.

Para manejar grandes volúmenes de texto, es necesario utilizar sistemas de indexación y búsqueda eficientes. *Elasticsearch* y *Apache Solr* son ejemplos de motores de búsqueda que se pueden utilizar para indexar grandes conjuntos de datos de texto y realizar búsquedas rápidas y precisas. Estas herramientas también proporcionan funcionalidades avanzadas como búsqueda de texto completo, facetas y resaltado de resultados.

El análisis de sentimiento es una técnica común en el análisis lexicográfico. Consiste en determinar la polaridad emocional de un texto, ya sea positiva, negativa

o neutral. Con técnicas de Big Data, es posible analizar grandes cantidades de texto para extraer sentimientos y opiniones en diferentes contextos, como redes sociales, reseñas de productos o comentarios de clientes. Para esto, se utilizan técnicas de procesamiento de lenguaje natural (NLP) y aprendizaje automático para entrenar modelos de análisis de sentimiento en grandes conjuntos de datos etiquetados.

Las técnicas de Big Data también se utilizan para extraer información relevante de los textos y resumirlos de manera automática. Esto puede implicar la extracción de entidades nombradas, como nombres de personas o ubicaciones, y la extracción de relaciones entre estas entidades. También se pueden utilizar técnicas de resumen automático para generar resúmenes concisos de documentos extensos.

El modelado de temas es una técnica que permite descubrir temas latentes en grandes colecciones de texto. Algoritmos como *Latent Dirichlet Allocation (LDA)* se utilizan para identificar patrones y agrupar documentos relacionados en temas distintos. Estos enfoques permiten entender la estructura y los temas dominantes en grandes volúmenes de texto sin la necesidad de un análisis manual exhaustivo.

El análisis lexicográfico con técnicas de Big Data ofrece la capacidad de procesar, analizar y extraer información valiosa de grandes volúmenes de texto de manera eficiente. Esto permite tomar decisiones informadas, obtener insights y descubrir patrones en los datos textuales.

-Técnica 4. Técnica Big data 4. descarga supervisada de topografía de la red.

De esta descarga se obtendrá la siguiente información:

Identificación de Fuentes de Datos: fuentes confiables y relevantes de datos topográficos. Estas fuentes incluyen bases de datos gubernamentales.

Preprocesamiento de Datos: Los datos topográficos requieren preprocesamiento. Incluye limpieza de datos erróneos, la corrección de incoherencias y la normalización de formatos.

Selección de Algoritmos Supervisados: se seleccionó algoritmos de aprendizaje automático supervisado que se adapten a tus objetivos y datos.

Generación de Conjunto de Entrenamiento: Preparación de un conjunto de datos etiquetado para entrenar tus algoritmos. Esto implica anotar los datos topográficos con la información que deseas predecir o clasificar.

División de Datos: Separación de datos en conjuntos de entrenamiento, validación y prueba. Esto es esencial para evaluar el rendimiento real de tus algoritmos.

Entrenamiento del Modelo: Utilización el conjunto de entrenamiento para entrenar tus algoritmos supervisados.

Validación del Modelo: Utilización del conjunto de validación para ajustar los hiperparámetros y prevenir el sobreajuste (*overfitting*) del modelo.

Evaluación del Modelo: Utilización del conjunto de prueba para evaluar el rendimiento final del modelo.

Despliegue y Uso

Mantenimiento Continuo: Los modelos de Big Data y aprendizaje automático tuvieron que requerir ajustes y mejoras a medida que nuevos datos se fueron incorporando.

Consideraciones Éticas y de Privacidad.

Paso 2. Análisis de sentimientos.

La medición de la congruencia afectiva, también conocida como la alineación emocional o la correspondencia entre las emociones expresadas y las emociones percibidas, es un aspecto importante del análisis de sentimientos en el contexto del análisis de *Big data*. Esta técnica se utiliza para evaluar si las emociones expresadas en un texto o discurso coinciden con las emociones que los receptores perciben o experimentan. A continuación, se presentan algunas técnicas de Big Data que se utilizan para medir la congruencia afectiva:

El análisis de sentimiento es una técnica fundamental para medir la congruencia afectiva. Consiste en determinar la polaridad emocional (positiva, negativa o neutra) de un texto o discurso. Con técnicas de Big Data, es posible analizar grandes volúmenes de datos textuales para extraer sentimientos y opiniones. Esto se logra utilizando técnicas de procesamiento de lenguaje natural (NLP) y aprendizaje automático para entrenar modelos de análisis de sentimiento en grandes conjuntos de datos etiquetados.

Además del análisis de sentimiento, se pueden utilizar técnicas de Big Data para identificar tópicos y emociones específicas en los textos. El modelado de tópicos, como el algoritmo *Latent Dirichlet Allocation (LDA)*, permite descubrir los temas latentes en grandes colecciones de texto y asociar emociones a esos temas. Esto facilita el análisis de la congruencia afectiva al examinar cómo las emociones se alinean con los temas discutidos.

El análisis de Big data también permite considerar el contexto y los metadatos asociados con los textos o discursos. Estos elementos pueden incluir la información demográfica, la ubicación geográfica, el momento de publicación, entre otros. Al considerar estos factores en el análisis de sentimiento, es posible tener en cuenta el contexto en el que se expresan las emociones y evaluar la congruencia afectiva en función de estos aspectos.

Las técnicas de aprendizaje automático avanzado, como el aprendizaje profundo (*deep learning*), se utilizan en el análisis de Big Data para mejorar la precisión en la medición de la congruencia afectiva. Estos enfoques permiten construir modelos más sofisticados que capturan de manera más precisa las sutilezas y matices emocionales en el texto.

La medición de la congruencia afectiva mediante técnicas de Big data permite evaluar cómo las emociones expresadas en un texto o discurso coinciden con las emociones que los receptores perciben. Esto es especialmente relevante en áreas como la publicidad, el análisis de opiniones en línea y la comprensión de la influencia emocional en el discurso público.

El análisis de datos masivos, o Big data, es una herramienta valiosa para el estudio del gobierno electrónico en el Perú. A través de técnicas de Big data, es posible recopilar, procesar y analizar grandes volúmenes de datos generados por

interacciones en línea, transacciones electrónicas y otras actividades relacionadas con el Gobierno Electrónico.

Para alcanzar los objetivos planteados, se han descargado los posts de las instituciones durante la cuarentena (Entre el 16 de marzo de 2020 y el 1 de julio de 2020), se han obtenido los datos de la red social de Facebook utilizando la herramienta *CrowdTangle* y luego se extrajeron comentarios de los *posts* obtenidos en Facebook.

En primer lugar, se realizó la carga masiva de los Excel con los TW por institución. Proceso donde se lee todos los Excel que se encuentran en un directorio en un Drive de las instituciones en los diferentes formatos y generaremos un solo *DataFrame* en Python. Los directorios se agruparon por tiempo: prepandemia, pandemia, medidas posteriores inmediatas y postpandemia. Al tener el *DataFrame* listo se aun segundo proceso que es aplicar técnicas de *Machine Learning* para clasificar los comentarios en: Positivo, Negativo, Neutros.

Con *Machine Learning* se usará data para el aprendizaje supervisado. Esta data la obtendremos de <http://tass.sepln.org/> que contiene una serie de Tweets de diferentes Países ya clasificados en formato XML. Esta data la cargaremos a Python para la creación del *DataFrame*. Asimismo, Se realizó un preprocesamiento de toda esta data:

Eliminar duplicados.

Convertir a minúsculas todos los comentarios

Eliminar los Url en los comentarios.

Eliminar los caracteres repetidos: eje. Jaaaaa -> ja

Modificar las tildes: eje.: á -> a

Eliminar los caracteres numéricos.

Contar los caracteres positivos, negativos, neutros en cada comentario en base a unos archivos adicionales.

Eliminar los caracteres especiales.

Contar las palabras positivas, negativas en base a unos archivos adicionales.

Normalizar jergas: eje. d -> de, xk -> que

Contar etiquetas de los comentarios: adjective, adverb, verb, etc

Eliminar las StopWords: palabras vacías que carecen de sentido cuando se escribe solas. Eje. ante, antes, aún, aunque, aquí, etc.

Aplicar un Stemming text: Proceso lingüístico que consiste en la eliminación de sufijos y prefijos de las palabras para reducirlas hasta su raíz. Se emplea para disminuir la complejidad de un texto, facilitando que un software procese y comprenda los patrones de un tema con más claridad. Eje. escribir -> escri, escritor -> escri

Luego se preparó el modelo.

Se usó un embeddings-l-model.vec. Data de palabras convertida a lista de números.

Se dividió el *DataFrame* en data para entrenamiento (80%) y data para testeo (20%)

Se convirtió el *DataFrame* a lista de números para luego ingresarlos al modelo de *Machine Learning*. Diseñamos una red según esta arquitectura:

Se obtiene un 71% Accuracy

Se guarda el modelo obtenido en nuestro Drive para el uso con la data de las Instituciones y esta será clasificada (positivo, negativo, neutro).

Imagen N°1.

Código Big Data.

```

Model: "model_"
-----
Layer (type)                Output Shape          Param #          Connected to
-----
layer1_1 (InputLayer)       [(None, 40)]          0                []
embedding1_1 (Embedding)    (None, 40, 300)      14881800         ['layer1_1[0][0]']
layer2_2 (InputLayer)       [(None, 16)]          0                []
bidirectional (Bidirectional) (None, 256)          439296           ['embedding1_1[0][0]']
dense1_2 (Dense)             (None, 32)            544              ['layer2_2[0][0]']
concatenate_f (Concatenate) (None, 288)           0                ['bidirectional[0][0]',
                        'dense1_2[0][0]']
dense2_f (Dense)             (None, 3)              867              ['concatenate_f[0][0]']
-----
Total params: 15,322,507
Trainable params: 440,707
Non-trainable params: 14,881,800
-----
Epoch 1/40
204/204 [=====] - 130s 617ms/step - loss: 0.7731 - accuracy: 0.6451 - val_loss: 0.7084 - val_accuracy: 0.6795
Epoch 2/40
204/204 [=====] - 126s 616ms/step - loss: 0.6780 - accuracy: 0.6979 - val_loss: 0.6824 - val_accuracy: 0.6970
Epoch 3/40
204/204 [=====] - 130s 635ms/step - loss: 0.6394 - accuracy: 0.7178 - val_loss: 0.6630 - val_accuracy: 0.7088
Epoch 4/40
204/204 [=====] - 126s 617ms/step - loss: 0.6072 - accuracy: 0.7336 - val_loss: 0.6518 - val_accuracy: 0.7163
Epoch 5/40
204/204 [=====] - 124s 608ms/step - loss: 0.5813 - accuracy: 0.7472 - val_loss: 0.6470 - val_accuracy: 0.7223
Epoch 6/40
204/204 [=====] - 124s 607ms/step - loss: 0.5525 - accuracy: 0.7618 - val_loss: 0.6538 - val_accuracy: 0.7207
Epoch 7/40
204/204 [=====] - 120s 589ms/step - loss: 0.5269 - accuracy: 0.7766 - val_loss: 0.6627 - val_accuracy: 0.7196
Epoch 8/40
204/204 [=====] - 122s 600ms/step - loss: 0.5030 - accuracy: 0.7869 - val_loss: 0.6764 - val_accuracy: 0.7173
confusion_matrix (labels_test-predict(x_test)):
[[2562 249 893]
 [ 206 3548 645]
 [ 777 917 3247]]
classification_report:
              precision    recall  f1-score   support

     0       0.72     0.69     0.71     3704
     1       0.75     0.81     0.78     4399
     2       0.68     0.66     0.67     4941

   accuracy                   0.72     13044
  macro avg       0.72     0.72     0.72     13044
 weighted avg       0.72     0.72     0.72     13044

accuracy_score ( (labels_test-predict(x_test) ): 0.7173413063477461
#####

```

Nota. Elaboración propia.

13.0 Resultados.

Datos obtenidos.

En los cuadros presentados a continuación se presentarán las interacciones de los usuarios en las redes sociales antes, durante y después de la pandemia. La información obtenida se ha descargado de *CrowdTangle*, ya que se ha realizado un trabajo en conjunto con una integrante del Grupo de Investigación *Data Science and Soft Computing for Social Analytics and Decision Aids* de la Universidad Complutense de Madrid que tiene convenio con Facebook/Instagram,

En el cuadro N° 7, del Ministerio de Salud. se puede apreciar como las interacciones aumentaron durante la pandemia de manera abismal, de 298,46 de usuarios durante la pandemia a **4,282,292**, al igual que la interacciones, aumentaron de manera exponencial también los comentarios, compartidos, total de reacciones, tasa de interacción.

Cuadro N°7.

Interacciones en redes sociales_ Ministerio de Salud del Perú.

FECHAS	URL	TOTAL, DE INTERACCIONES	COMENTARIOS	COMPARTIDOS	TOTAL DE REACCIONES	TASA DE INTERACCIÓN
Prepandemia 01/01/2020- 15/03/2020	https://www.facebook.com/186167042764	298,46	18,003	138,251	142,206	0.22%
Pandemia 16/03/2020- 01/07/2020	https://www.facebook.com/186167042764	4,282,292	243,697	1,133,506	2,905,089	1.56%
Medidas posteriores inmediatas 02/07/2020- 30/10/2020	https://www.facebook.com/186167042764	2,862,297	174,266	658,778	2,029,253	0.55%
Medidas posteriores 31/10/2020- 31/03/2021	https://www.facebook.com/186167042764	2,928,526	234,597	453,613	2,240,316	0.43%

Nota. Elaboración propia.

En el cuadro N° 8. se puede apreciar como las interacciones aumentaron durante la pandemia aumentaron no de manera abismal como en el Ministerio de Salud, pero si aumento de manera considerable de 69,888 a **257,6** interacciones, aquí el dato más relevante es el aumento de la tasa de interacción del 0.04% al **0.12%** durante la pandemia.

Cuadro N°8.

Interacciones en redes sociales_ Ministerio de Trabajo y promoción del Empleo.

FECHAS	URL	TOTAL, DE INTERACCIONES	COMENTARIOS	COMPARTIDOS	TOTAL, DE REACCIONES	TASA DE INTERACCIÓN
Prepandemia 01/01/2020- 15/03/2020	https://www.facebook.com/264770996888990	69,888	5,042	25,393	39,453	0.04%
Pandemia 16/03/2020- 01/07/2020	https://www.facebook.com/264770996888990	257,5	61,403	67,952	128,145	0.12%
Medidas posteriores inmediatas 02/07/2020- 30/10/2020	https://www.facebook.com/264770996888990	263,388	42,855	66,518	154,015	0.07%
Medidas posteriores 31/10/2020- 31/03/2021	https://www.facebook.com/264770996888990	161,605	22,108	31,356	108,141	0.03%

Nota. Elaboración propia.

En el cuadro N° 9. se puede apreciar como las interacciones aumentaron durante la pandemia aumentaron no de manera abismal como en el Ministerio de Salud, pero si aumento de manera considerable de 587, 493 a **1,018,669** interacciones. Además de tener la particularidad de ser la página con mayor interacción antes de la pandemia que otros ministerios.

Cuadro N°62

Interacciones en redes sociales_ Ministerio de Educación del Perú.

FECHAS	URL	TOTAL, DE INTERACCIONES	COMENTARIOS	COMPARTIDOS	TOTAL, DE REACCIONES	TASA DE INTERACCIÓN
Prepandemia 01/01/2020- 15/03/2020	https://www.facebook.com/272022672861522	587,493	68,698	184,619	334,176	0.11%
Pandemia 16/03/2020- 01/07/2020	https://www.facebook.com/272022672861522	1,018,669	90,96	372,751	554,958	0.22%
Medidas posteriores inmediatas 02/07/2020- 30/10/2020	https://www.facebook.com/272022672861522	587,493	68,698	184,619	334,176	0.11%
Medidas posteriores 31/10/2020- 31/03/2021	https://www.facebook.com/272022672861522	732,676	164,387	217,676	350,613	0.1%

Nota. Elaboración propia.

En el cuadro N° 10. se puede apreciar como las interacciones aumentaron durante la pandemia aumentaron, pero no como las páginas de los Ministerios de Salud, Educación y Trabajo y Promoción del Empleo. Se aumentó de 145,833 a **350,3** de interacciones durante la pandemia. Un dato interesante es que la tasa de interacción disminuyo de 0.23% a 0.22%.

Cuadro N°63.

Interacciones en redes sociales_ Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables.

FECHAS	URL	TOTAL, DE INTERACCIONES	COMENTARIOS	COMPARTIDOS	TOTAL DE REACCIONES	TASA DE INTERACCIÓN
01/01/2020-15/03/2020	https://www.facebook.com/332752543425709	145,833	6,873	56,602	82,358	0.23%
16/03/2020-01/07/2020	https://www.facebook.com/332752543425709	350,3	28,718	114,406	207,176	0.22%
02/07/2020-30/10/2020	https://www.facebook.com/332752543425709	242,313	13,953	74,293	154,067	0.15%
31/10/2020-31/03/2021	https://www.facebook.com/332752543425709	153,251	7,464	60,637	85,15	0.1%

Nota. Elaboración propia.

En el Cuadro N°11, se puede apreciar que el cambio del Ministerio de Transportes y Comunicaciones tuvo un cambio en las interacciones durante la pandemia muy parecido al del Ministerio de Educación. Es decir; si había un gran número de interacciones antes de la pandemia y el aumento durante la misma fue del 50%.

Cuadro N°64.

Interacciones en redes sociales_ Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

FECHAS	URL	TOTAL, DE INTERACCIONES	COMENTARIOS	COMPARTIDOS	TOTAL, DE REACCIONES	TASA DE INTERACCIÓN
Prepandemia 01/01/2020- 15/03/2020	https://www.facebook.com/201098346652053	108,443	8,334	41,296	58,813	0.1%
Pandemia 16/03/2020- 01/07/2020	https://www.facebook.com/201098346652053	217,713	26,333	65,348	126,032	0.11%
Medidas posteriores inmediatas 02/07/2020- 30/10/2020	https://www.facebook.com/201098346652053	231,868	35,997	56,879	138,992	0.14%
Medidas posteriores 31/10/2020- 31/03/2021	https://www.facebook.com/264770996888990	161,605	22,108	31,356	108,141	0.03%

Nota. Elaboración propia.

En una visión en conjunto, el Ministerio de Salud es el ministerio con mayor interacción de las redes sociales, seguido del Ministerio de Educación. Siendo el Ministerio que menos interactúa con usuarios el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, como se señalan en el Cuadro N°12.

Cuadro N°12.

Total, de *post* en la pandemia.

Ministerio de Salud	Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo	Ministerio de educación	Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables	Ministerio de Transportes y Comunicaciones
4,282,292	257,5	1,018,669	350,3	217,713

Nota. Elaboración propia.

Resultado 1. Perfiles de los usuarios y usos de las redes sociales.

En cuanto a los perfiles sociodemográficos, el nivel socioeconómico, la edad y la zona de residencia (rural/urbana), y la educación de los usuarios de redes sociales, influyen directamente en la adopción de usos ventajosos de Internet.

a) Perfiles de los usuarios de las redes sociales.

-Usuarios y nivel socioeconómico.

El uso de las redes sociales está influenciado por diversos factores. Desde el acceso a dispositivos tecnológicos (primera brecha digital) como a smartphone, computadoras y conexiones a Internet de alta velocidad, si bien no es concluyente las personas de diferentes niveles socioeconómicos pueden tener patrones de uso de redes sociales diferentes. Las personas más altos grados de instrucción utilizan las redes sociales para fines profesionales y de *networking*, mientras que aquellos con ingresos más bajos pueden usarlas principalmente para conectarse con amigos y familiares.

A partir del proyecto se elaboró un artículo denominado “Desigualdad digital y ciudadanía en las redes sociales durante la pandemia. Caso de estudio: Participación política digital, la crisis de la pandemia. redes sociales y la Sunat, Perú.

Cuadro N°13.

Habilidades digitales.

Variables	¿La información subida en la página de Facebook de la Sunat fue clara y resolvió tus dudas durante la pandemia?		Les ha servido la información de la Sunat en la pandemia	
	No	Sí	No	Sí
Ingresos mensuales				
0-1050	60%	40%	17%	83%
1051-2100	44%	56%	17%	83%
2101-3150	43%	57%	22%	78%
3150 (+)		100%		100%

Nota. Elaboración propia.

Los encuestados que tienen ingresos más altos, son los que tienen mejores habilidades digitales.

-Usuarios y edad.

A partir de las entrevistas se desprende que el uso de las redes sociales y la edad en Perú, al igual que en muchas partes del mundo, está influenciado por factores generacionales. Aunque es cierto el uso de las redes sociales es generalizado en todas las edades, las personas jóvenes participan en diversas plataformas sociales. Se tiene la percepción en los entrevistados/as que quienes son más activos en las redes sociales, pasando más tiempo en las diferentes plataformas son los jóvenes que

tienden a ser más activos en las redes sociales, pasando más tiempo en estas plataformas, compartiendo contenido, interactuando con amigos y siguiendo a celebridades o *influencers*. Asimismo, las entrevistados/as que trabajan utilizan plataformas como LinkedIn para redes profesionales y búsqueda de empleo. Asimismo, las preferencias de contenido pueden variar según la edad. Según los entrevistados/as los jóvenes pueden estar más interesados en contenido de entretenimiento, memes y tendencias actuales, mientras que las personas mayores pueden buscar información más seria y noticias.

Por otro lado, los entrevistados/das no solo se centraron en el uso sino en el acceso a las redes sociales:

“Sí creo que la edad afecta el uso de redes sociales en la medida que los jóvenes tienen más. Digamos han crecido con las redes entonces tienen mayor facilidad usar más redes están más tiempo presentes. Las personas le digamos de tal vez de cuarenta para arriba se han adoptado las redes sociales ya cuando han sido adultos, probablemente las usen menos. Y también siento que las redes sociales están enfocadas a cada segmento diferente de edades. Ajá, por ejemplo, Facebook es como para las personas ¿No sé 25 para arriba no? Pero las personas menores utilizan más Instagram. Y aun bajando más este ya tiene más presencia TikTok no entonces es como.3 redes van variando de acuerdo a la demografía” (CÓDIGO02)

“Yo consideraría que sí, a más edad es mucho más complicado el emplear, o sea, de alguna manera se sientan muy cómodos empleando las redes sociales y otro eh, el comprender el mismo uso de estas para poder, difundir información y participar cuesta hacer un comentario es dificultoso para alguien que no maneja y no solo estamos hablando que el Facebook, el Twitter, el Instagram, el TikTok. Esta última aplicación se ve moderna de personas de más edad ni siquiera tienen la aplicación”. (CÓDIGO06)

-Uso de la redes sociales y zona rurales/urbanas.

Los/as entrevistados/as consideran que el uso de las redes sociales varía significativamente entre zonas rurales y urbanas debido a diferencias en la infraestructura de conectividad, acceso a la tecnología y patrones de vida, como señala a los entrevistados/as a continuación:

“Sí, yo consideraría que sí, que en la zona existe rurales, hay menos acceso, turismo, acceso a internet, o sea, el acceso a Internet es limitado. Y si bien es cierto hay zonas que ya actualmente tienen cobertura a comparación de otros tiempos porque tienen la oportunidad de viajar a provincia aparte de la selva donde no había cobertura y ahora sí la hay, pero los datos tienen mayor costo, entonces tener acceso a redes sociales tampoco es. No es no es de fácil acceso, por más que parezca no en una en una sociedad tan globalizada como se esperaría, creo que eso genera inequidad. Incluso se nota en las publicaciones, no que hacen cuando comparo con otros”. (CÓDIGO06)

“De hecho, porque en las zonas rurales no, no todos cuentan con tal vez un smartphone, ¿no? Así que va a ser difícil la conexión también no hay buena cobertura. Y son muchas cositas y tiene muchas ventajas también piden consideras que la edad afecta la participación política en las redes sociales”. (CÓDIGO10)

“Sí. En cuanto a zonas urbanas, el tema político es mucho más fuerte por redes, por el mismo hecho de que la gente en zona urbana tiene mucho más acceso o es más fácil tener acceso a internet y a a las redes sociales que en zonas rurales que no tienen acceso a internet o que no están acostumbrados al uso de redes sociales”.
(CÓDIGO10)

De acuerdo con un estudio del Banco Mundial descrito por Mesa (2015), en el país no se tiene evidencias claras del nivel de uso de los medios sociales por parte de la ciudadanía. En todo caso, se concentra en la zona de la costa, ya que la extensión de la banda ancha a buena parte de las zonas “Sierra” y “Selva” es aún una tarea pendiente.

- Usuarios y educación.

Se considera que más allá de otras variables, son las personas con mayor nivel educativo las que usualmente concientizan sobre temas importantes en redes sociales:

“Creo que eso va de la mano también con el nivel de educación que se tienen. Si hay personas que no han sido educadas, que no tenía un nivel cultural o una preparación no van a sentir la necesidad de buscar información política. La política se aprende y se nace y se educa, ¿no?” (CÓDIGO09)

Un resultado muy interesante que se desprende del caso de estudio de la Sunat. Cómo se señala en el Cuadro N°14, un detalle que llama la atención es que el grado de instrucción mínimo de los encuestados es la educación secundaria completa, asimismo los que tienen estudios universitarios (incompletos y completos), entienden toda la información brindada por la Sunat. En ese sentido, la educación es una variable clave para entender diferencias en las habilidades digitales en el uso de la red social Facebook. Por lo general, existe una variación positiva entre el nivel de educación y el acceso a la tecnología. Las personas con niveles más altos de educación tienden a tener más acceso a dispositivos digitales ya una conexión a Internet.

Cuadro N°14.

¿Te parecía entendible la información brindada en el Facebook de la Sunat?

(En porcentajes)

Grado de instrucción	No	Si
Educación secundaria completa	6	94
Técnica incompleta	13	88
Técnica completa	-	100
Universidad incompleta	-	100
Universidad completa	-	100

Nota. Elaboración propia.

b) *Los usos de las redes sociales.* [08]

Las redes sociales tienen una amplia variedad de usos en la sociedad actual. A continuación, se presentan algunos de los usos más comunes señalados por los entrevistados/as:

-Comunicación y conexiones personales

Las redes sociales permiten a las personas mantenerse en contacto con amigos, familiares y seres queridos, independientemente de su ubicación geográfica. Puedes compartir mensajes, fotos, vídeos y comentarios para mantener relaciones personales. Como señala en los siguientes testimonios de las siguientes entrevistados/as:

“Eh, igual que en la actualidad para fines personales. Durante la pandemia creo que fue mucho más para comunicación con otras personas. Sí comunicación directa ahorita es más una comunicación indirecta no porque sube cosas y bueno, las demás se enteran sin que ellos se las mande directamente”. (CÓDIGO08)

“En realidad solo daba uso mayormente, tal vez para interactuar con las personas. En este caso solo llegué a usar lo que es el WhatsApp y el Facebook para enterarme tal vez de algunas nuevas novedades en cuanto a los familiares o los amigos no, pero más allá no, tal vez no buscaba tanta información”. (CÓDIGO10)

-Compartir información y noticias

Las redes sociales son una fuente importante de noticias e información actualizada. Muchas organizaciones de noticias y periodistas utilizan plataformas sociales para difundir noticias y eventos en tiempo real.

“En las redes sociales para fines informativos. Porque uso más, casi no veo mucha televisión, me entero por las redes sociales para fines laborales. Generalmente para buscar información de alguna entidad o institución, las redes sociales y también para fines lúdicos, porque en el espacio tiene generalmente un lugar a otro y entonces me recreo mirando algo en las redes. Fines académicos porque estaba estudiando en ese entonces, sobre todo laborales, pero también tenía actividades laborales. Así que dependía totalmente en las redes”. (CÓDIGO06)

-Entretenimiento.

Las redes sociales ofrecen una amplia variedad de contenido de entretenimiento, como videos virales, memes, juegos y transmisiones en vivo. Las personas utilizan las redes sociales para relajarse y divertirse. Como señala la siguiente entrevistados/as:

“Redes sociales es la mayoría para fines de entretenimiento, con la excepción del WhatsApp que lo utilizo para fines profesionales”. (CÓDIGO01)

-Promoción y marketing

Las empresas y marcas utilizan las redes sociales para promocionar sus productos y servicios. Esto incluye la publicación de anuncios, la creación de contenido de marketing y la interacción con clientes potenciales.

“Durante la pandemia me empezaron a salir justo en Facebook, lo que son de tiendas online, así que mayormente fue mi interacción en cuanto a ello, en donde empecé a ver, pues estas cosas tal vez debes ir, no también algunos utensilios para la casa o algo así “. (CÓDIGO10)

-Activismo y concienciación.

Las redes sociales son una herramienta poderosa para la difusión de causas sociales, la concienciación sobre problemas importantes y la organización de movimientos activistas.

“En ese caso vendría a ser pues eh, lo político y lo económico creo también más por qué estaba un poco, tal vez iba de la mano con mi carrera, no en ese momento y podría decir eso político y lúdico también. Durante de la pandemia también, sí, también, De hecho, sí. Ahora me imagino que se podría decir que un 50%”. (CÓDIGO10)

Como se puede apreciar existe diferentes usos de las redes sociales, algunos usos son más productivos que otros. Para este estudio, el uso productivo de las redes sociales se refiere a utilizar estas plataformas de manera eficiente y enfocada en la consecución de objetivos específicos y beneficios concretos productivos. En lugar de simplemente utilizarlo con fines de ocioso, navegando sin rumbo en las redes sociales, un uso productivo implica aprovechar estas herramientas para lograr resultados positivos en áreas como la educación, el trabajo, la marca personal o el crecimiento profesional. Es decir; el uso productivo de las redes sociales implica aprovechar estas plataformas de manera consciente y efectiva para lograr objetivos específicos. En cuanto a este punto, los/as entrevistados/as nos señalan lo siguiente:

“Yo creo que sí, porque más allá de que las redes sociales se hayan creado con el fin de ser un medio de comunicación entre personas. Lo bueno es que ahora también puedes haber actualizaciones del Estado, como en este caso. Puedes leer, noticias o incluso presentar quejas a empresas no que te han mandado mal un producto que soy yo, entonces creo que sí, que ahora le doy un uso más eficiente”. (CÓDIGO02)

“Se siento que estoy usándola mucho mejor que antes, antes tal vez por juventud usaba las redes, más que nada para un tema de beneficio personal un poco narcisista. Ahora lo utilizo como un medio o una herramienta para poder buscar y más información, ajá y poder expresar también mis opiniones”. (CÓDIGO09)

Resultado 2. Consumo de la información en la era digital.

Según Maroñas (2018), la Era Digital no solamente ha revolucionado nuestra forma de comunicarnos y de relacionarnos con nuestro entorno, sino que ha permitido generar nuevas formas de consumir información.

“Vivimos en una sociedad de la información digital. Los hábitos personales y sociales ya no son los mismos con la irrupción de las tecnologías que permiten estar permanentemente conectados; las formas de conocimiento tampoco son las mismas, pues se accede a información casi ilimitada de modo inmediato a través de las redes” (Ayala,2011: 4).

La Era Digital ha transformado radicalmente el modelo de consumo de la información entre la población mundial. Esto ocurre debido a las dinámicas de las plataformas digitales e Internet que propician el aumento gradual, pero sumamente importante, del consumo de los contenidos virtuales.

-Análisis de contenido de Página web y Facebook del Gobierno Digital.

FACEBOOK- MINISTERIO DE SALUD

-Nombre de la Página Facebook: Ministerio de Salud (cuenta oficial)- La página cuenta con 2,9 millones de seguidores -71 seguidos.

-Descripción: La foto de portada tiene como imagen central a una enfermera con una inyección. El mensaje central es: “Sigue las recomendaciones y evita la COVID-19” y como mensaje secundario “No bajemos la guardia. El COVID 19-No se ha ido”. La foto de perfil es el logo del Ministerio de Salud. Como datos personales presentan los siguientes: dirección/ teléfono/ nombre de otras redes sociales de contacto. Y el chat con el siguiente mensaje; “Si envías un mensaje, Ministerio de Salud del Perú verá tu información pública”. La página cuenta con siete pestañas: Publicaciones- Información- Menciones- Reels-Fotos-Videos-En Vivo-Más.

Imagen N°2.

Página de Facebook del Ministerio de Salud.



Nota. Elaboración propia.

-Fecha de análisis de contenido: 07 de septiembre del 2021.

-Ubicación física de la información: <https://www.facebook.com/minsaperu>

-Términos que utilizan: #NoBajemosLaGuardia/ #MinsaTeResponde/ #DosisDeProtección/ #Minsa/ #TemporadaDeBajasTemperaturas/ #MeVacunoPerú

-Descripción de imágenes: Las imágenes son coloridas (fotografías y caricaturas) en un fondo de colores institucionales.

-Contexto social en donde se ubica la información: Con el aumento de contagios del COVID-19, los últimos posts tienen como lema: “No bajemos la guardia”.

PÁGINA WEB-MINISTERIO DE SALUD

-Nombre de la página Web: Ministerio de Salud del Perú

-Descripción: Todos los ministerios del Perú primero deben ingresar a la Plataforma digital única del Estado Peruano. De ahí se debe dar un click en “conocer más sobre la entidad”. Y de ahí se ingresa a la página del ministerio donde nos muestran la información institucional (organigrama, organización, agenda ministerial, y directorio de funcionarios.) eso en la pestaña uno y en la pestaña dos, se encuentra información de las direcciones de salud.

Imagen N°3.

Plataforma única del Estado Peruano_ Minsa.



Nota. Elaboración propia.

Imagen N°4.

Página Web Institucional del Ministerio de Salud.



Dirección de Inmunizaciones (Dmuni)

Es una unidad orgánica de la Dirección General de Intervenciones Estratégicas de Salud Pública...

[Leer más >](#)

Dirección de Monitoreo y Evaluación de la Gestión en Salud

La Dirección de Monitoreo y Evaluación de la Gestión en salud, dependiente de la Dirección...

[Leer más >](#)

Pestaña 2



Dirección de Prevención y Control de Enfermedades No Transmisibles, Raras y Huérfanas (DENOT)

Es responsable de conducir y desarrollar a nivel nacional, los esfuerzos para promover, proteger...

Dirección de Prevención y Control de Tuberculosis (DPCTB)

Es responsable de formular e implementar las normas, los lineamientos y los procedimientos...

Nota. Elaboración propia.

-Fecha de análisis de contenido: 08 de septiembre.

-Ubicación física de la información:
<https://www.gob.pe/institucion/concytec/institucional>

-Descripción de imágenes: No hay imagen.

FACEBOOK- MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO

-Nombre de la Página Facebook: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (cuenta oficial). La página cuenta con 1,5 mill. seguidores • 87 seguidos.

-Descripción: La foto de portada es muy sencilla muestran tractores siendo el tema principal: "#33millonesunidos. Ante el fenómeno del niño". La foto de perfil es el logo del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Como datos personales presentan los siguientes: dirección/ nombre de otras redes sociales de contacto. Y el chat con el siguiente mensaje; "Si envías un mensaje, Ministerio de Salud del Perú verá tu información pública". La página cuenta con siete pestañas: Publicaciones- Información- Menciones-Fotos-Videos-En Vivo-Más.

Imagen N°5.

Página de Facebook del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.



Nota. Elaboración propia.

-Fecha de análisis de contenido: 07 de septiembre del 2023.

-Ubicación física de la información: <https://www.facebook.com/MTPEPERU>

-Términos que utilizan: #WiñayWarmi/ #OportunidadesLaborales/ #EmpleosPerú.
#MaratónDelEmpleo

-Descripción de imágenes: La mayoría de las imágenes son fotografías sobre una base de colores institucionales.

-Contexto social en donde se ubica la información:

PÁGINA WEB-MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO

-Nombre de la página Web: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

-Descripción: Todos los ministerios del Perú primero deben ingresar a la Plataforma digital única del Estado Peruano. De ahí se debe dar un click en “conocer más sobre la entidad”. Y de ahí se ingresa a la página del ministerio donde nos muestran la información institucional (organigrama, organización, agenda ministerial, y directorio de funcionarios.)

Imagen N°6.

Plataforma única del Estado Peruano_ MTPE.



The screenshot shows the homepage of the Ministry of Labor and Promotion of Employment (MTPE) of Peru. At the top, there is a red navigation bar with the 'gob.pe' logo, the text 'Plataforma digital única del Estado Peruano', and a search box labeled 'Buscar en MTPE'. Below the navigation bar, there is a breadcrumb trail: 'Inicio > El Estado > MTPE'. A horizontal menu contains several categories: 'Inicio', 'Categorías', 'Trámites y servicios', 'Normas y documentos', 'Noticias', 'Información Institucional', and 'Contacto'. The main content area features the title 'Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo' and a 'Portal de transparencia' button. A short paragraph describes the ministry's mission: 'Promovemos un empleo decente y productivo, así como el cumplimiento de los derechos laborales y fundamentales de la población, fortaleciendo el diálogo social, la empleabilidad y protección de los grupos vulnerables, siempre desde una visión centrada a la ciudadanía.' Below this is a link 'Conocer más sobre la entidad'. At the bottom, a 'Categorías' section lists: 'Contacto con MTPE', 'Glosario', 'Registro de trabajadores y', and 'Transparencia'.

Nota. Elaboración propia.

Imagen N°74

Página Web Institucional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.



gob.pe | Plataforma digital única del Estado Peruano

Buscar en MTPE

[Inicio](#) > [El Estado](#) > [MTPE](#) > Información institucional

Inicio | Categorías ▾ | Trámites y servicios ▾ | Normas y documentos ▾ | Noticias ▾ | **Información Institucional** ▾ | Contacto ▾

[Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo](#)

Información institucional

¿Qué hacemos?

Promovemos un empleo decente y productivo, así como el cumplimiento de los derechos laborales y fundamentales de la población, fortaleciendo el diálogo social, la empleabilidad y protección de los grupos vulnerables, siempre desde una visión centrada a la ciudadanía.

Diseñamos, conducimos y supervisamos los sistemas funcionales en el ámbito de trabajo y promoción del empleo, asegurando el cumplimiento de políticas públicas de acuerdo a las normas de la materia.

- [Organigrama](#)
- [Organización](#)
- [Agenda ministerial](#)
- [Directorio de funcionarios](#)

Normas y documentos destacados

- [Texto Único de Procedimientos](#)

Nota. Elaboración propia.

-Fecha de análisis de contenido: 08 de septiembre del 2023.

-Ubicación física de la información:
<https://www.gob.pe/institucion/mtpe/institucional>

-Descripción de imágenes: No hay imágenes

FACEBOOK- MINISTERIO DE EDUCACIÓN DEL PERÚ

-Nombre de la Página Facebook: Ministerio de Educación del Perú (Página Oficial). La página cuenta con 1,6 mill. seguidores • 175 seguidos.

-Descripción: La foto de portada muestra la información del Concurso Nacional de Comprensión Lectora El Perú Lee, acompañado de imágenes de lápices y lentes.

La foto de perfil es el logo del Ministerio de Educación del Perú. Como datos personales presentan los siguientes: dirección/ nombre de otras redes sociales de contacto. Y el chat con el siguiente mensaje; "Si envías un mensaje, Ministerio de Educación del Perú verá tu información pública". La página cuenta con siete pestañas: Publicaciones-Información- Menciones-Reels-Fotos-Videos -Más.

Imagen N°75

Página de Facebook del Ministerio de Educación.



Nota. Elaboración propia.

-Fecha de análisis de contenido: 07 de septiembre del 2023.

-Ubicación física de la información: <https://www.facebook.com/mineduperu>

-Términos que utilizan: #AgendaPresidencial/ #RetoPerúEducaTEC/
#ConsultasMinedu./ #programadealfabetización

-Descripción de imágenes: La mayoría de las imágenes son caricaturas sobre una base de colores institucionales.

-Contexto social en donde se ubica la información:

PÁGINA WEB-MINISTERIO DE EDUCACIÓN DEL PERÚ

-Nombre de la página Web: Ministerio de Educación

-Descripción: Todos los ministerios del Perú primero deben ingresar a la Plataforma digital única del Estado Peruano. De ahí se debe dar un click en “conocer más sobre la entidad”. Y de ahí se ingresa a la página del ministerio donde nos muestran la información institucional (organigrama, organización, agenda ministerial, y directorio de funcionarios.)

Imagen N°9.

Plataforma única del Estado Peruano_ Minedu.



Nota. Elaboración propia.

Imagen N°10.

Página Web Institucional del Ministerio de Educación.



Nota. Elaboración propia.

-Fecha de análisis de contenido: no hay imágenes.

FACEBOOK- MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES

-Nombre de la Página Facebook: Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables.

-Descripción: La foto de portada muestra a tres personas, una mujer que recrimina a un hombre y otro hombre que es indiferente. La foto de perfil es el logo del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. Como datos personales presentan los siguientes: dirección/ nombre de otras redes sociales de contacto. Y el chat con el siguiente mensaje; “Si envías un mensaje, Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables verá tu información pública”. La página cuenta con cinco pestañas: Publicaciones-Información- Menciones-Fotos-Videos-En Vivo-Más.

Imagen N°11.

Página de Facebook del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables del Perú.



Nota. Elaboración propia.

-Fecha de análisis de contenido: 07 de septiembre del 2023.

-Ubicación física de la información: <https://www.facebook.com/MimpPeru>

-Términos **que** **utilizan:**
#AgendaPresidencial/#ProgramaNacionalAurora/#DíaDeLaFamilia

-Descripción de imágenes: La mayoría de las imágenes son caricaturas sobre una base de colores institucionales.

-Contexto social en donde se ubica la información: No aplica.

PÁGINA WEB-MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES

-Nombre de la página Web: Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables

-Descripción: Todos los ministerios del Perú primero deben ingresar a la Plataforma digital única del Estado Peruano. De ahí se debe dar un click en “conocer más sobre la entidad”. Y de ahí se ingresa a la página del ministerio donde nos muestran la información institucional (organigrama, organización, agenda ministerial, y directorio de funcionarios.)

Imagen N° 12.

Plataforma única del Estado Peruano_ MPV.



Nota. Elaboración propia.

Imagen N°13.

Página Web Institucional del Ministerio de la Mujer Poblaciones Vulnerables.



Nota. Elaboración propia.

-Fecha de análisis de contenido: 08 de septiembre 2023.

FACEBOOK- MINISTERIO DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES

-Nombre de la Página Facebook: Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

-Descripción: La foto de portada es muy sencilla muestran tractores siendo el tema principal: “#33millonesunidos. Ante el fenómeno del niño” (misma foto de portada del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo”. La foto de perfil es el logo del Ministerio de Transporte y Comunicaciones. Como datos personales presentan los siguientes: dirección/ nombre de otras redes sociales de contacto. Y el chat con el siguiente mensaje; “Si envías un mensaje, Ministerio de Transporte y Comunicaciones verá tu información pública”. La página cuenta con cinco pestañas: Publicaciones- Información- Menciones-Fotos-Videos-En Vivo-Más.

Imagen N°14.

Página de Facebook del Ministerio de Transportes y Comunicaciones del Perú.



Nota. Elaboración propia.

-Fecha de análisis de contenido: 07 de septiembre del 2023.

-Ubicación física de la información: <https://www.facebook.com/MTC.Peru>

-Términos que utilizan: #MTCAhora/ #SemanaDeLaEducaciónVial #Ciclismo #CompartamosElCamino

-Descripción de imágenes: La mayoría de las imágenes son fotografías sobre una base de colores institucionales.

-Contexto social en donde se ubica la información: No aplica.

PÁGINA WEB-MINISTERIO DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES

-Nombre de la página Web: Ministerio de transportes y comunicaciones.

-Descripción: Todos los ministerios del Perú primero deben ingresar a la Plataforma digital única del Estado Peruano. De ahí se debe dar un *click* en “conocer más sobre la entidad”. Y de ahí se ingresa a la página del ministerio donde nos muestran la información institucional (organigrama, organización, agenda ministerial, y directorio de funcionarios.)

Imagen N° 15.

Plataforma única del Estado Peruano_ MTC.



Nota. Elaboración propia.

Imagen N°16.

Página Web Institucional del Ministerio de Transporte y Comunicaciones.



Nota. Elaboración propia.

-Fecha de análisis de contenido: 08 de septiembre del 2023.

-Ubicación física de la información:
<https://www.gob.pe/institucion/mimp/institucional>

Resumen de análisis de contenido

En conclusión, a partir del análisis de contenido las Páginas de Facebook, se puede desprender que la información es bastante clara, a diferencia de la Página Web. Las pestañas en la red social Facebook, son pocas y de fácil uso y acceso. Lo que si indicaron los entrevistados/as es que los que más le molestaba era el exceso de información (infoxificación) pues se perdía mucha información al colocar muchos *posts* diarios. A continuación, presentaré el Cuadro N°15, muy ilustrativo con la cantidad post antes, durante, y post pandemia:

Cuadro N°15.

Total, de Post_ Ministerios.

FECHAS	MINISTERIO DE SALUD	MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO	MINISTERIO DE EDUCACIÓN	MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES	MINISTERIO DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES
Prepandemia 01/01/2020- 15/03/2020	243	145	464	276	260
Pandemia 16/03/2020- 01/07/2020	350	188	451	606	428
Medidas posteriores inmediatas 02/07/2020- 30/10/2020	511	310	464	564	303
Medidas posteriores 31/10/2020- 31/03/2021	613	496	596	514	496

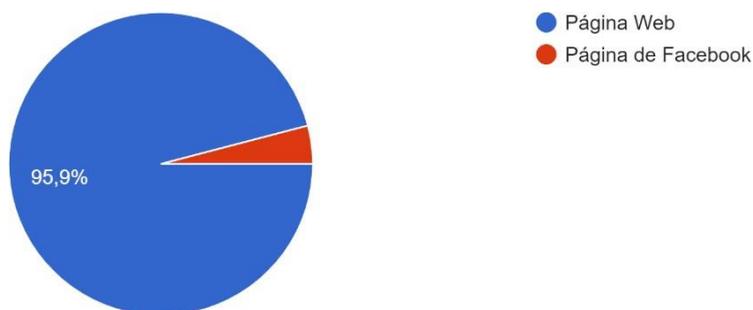
Nota. Elaboración propia.

Todos los ministerios han aumentado sus *posts* en la red social Facebook desde antes de la pandemia hasta las medidas posteriores del COVID, en el 2021. Los usuarios de Facebook utilizan esta red para informarse, compartir información, enviar mensaje (interno y externo). En el caso de la Web, lo utilizan para informarse, pero sobre todo para realizar gestiones (sacar citas, declarar impuestos, inscribirse a una beca, inscribirse a un curso, etc.). Las Páginas de Facebook y Web, tienes *Bots* que permiten interactuar cuando se tiene una duda, algo que resulta muy incómodo en los usuarios, pues siguen buscando una interacción más directa a través mínimamente a través del Chat de un asesor. En el caso de Facebook es una red donde predominante se busca información y la Página Web, para realizar una gestión e ingresan de manera directa a realizar su gestión, por ello lo sienten más automático, por ello

los usuarios según la encuesta realizada le parece más entendible la Página Web que Facebook:

Gráfico N°3.

¿Te parecía entendible la información de la Página Web o Facebook durante la Sunat?



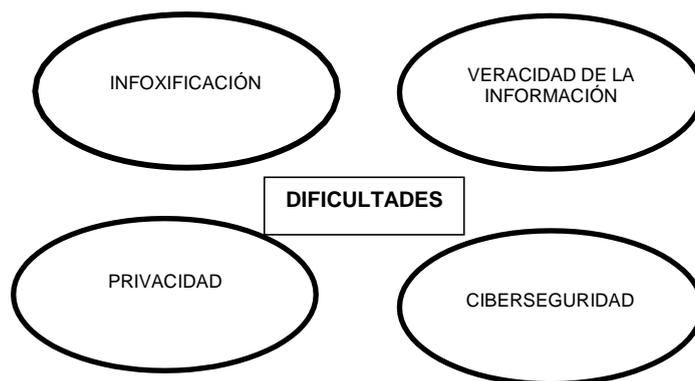
Nota. Elaboración propia.

-Usos e interacciones de la Páginas Web y Facebook del Gobierno Electrónico.

Los usuarios consideran que las páginas de Facebook y páginas web presentan una serie de dificultades y ventajas/ beneficios. A continuación, de acuerdo a los entrevistados/as las dificultades de que tienen los usuarios de las redes sociales son las siguientes:

Gráfico N°4.

Dificultades de los usuarios de las redes sociales.



Nota. Elaboración propia.

-Infoxicación: Mucha información.

La infoxicación digital o su término en inglés *overload information*, es el exceso o sobrecarga de información, que impide profundizar en los temas que se abordan y

generan dificultades para escoger la más adecuada para las necesidades del consumidor.

La infoxicación trae como consecuencia no saber por dónde empezar a organizar la información o leer en diagonal, porque se cree que se capta la información importante más rápidamente, es decir no se profundiza en la comprensión del texto, sino que se queda en lo superficial. Esta situación puede generar angustia, nerviosismo y malestar, por temor a perder algo de la información que quizá sea importante.

La Northwestern University realizó un estudio en el año 2012 y, en aquella ocasión, los investigadores entrevistaron a 77 participantes de todo el país. Se detectó cierta frustración por la calidad de la información de ciertos medios, el sentimiento general era de entusiasmo ante la abundancia informativa y las mayores oportunidades de decidir qué consumo informativo se quería tener, algo que los entrevistados asociaban con un empoderamiento informativo.

La Era Digital trae consigo nuevas formas de construcción de información. Es decir, la posibilidad de consumir información entre diferentes opciones a partir de una serie de enlaces interconectados a nivel mundial; permite acceder a los datos de un modo no lineal, la información se obtiene de manera masiva y fragmentada y se modifica los conceptos de tiempo y espacio.

La gran cantidad de contenidos ha otorgado a los usuarios la posibilidad de consumir contenidos ilimitados, a comparación de épocas anteriores, dándole al receptor la libertad de establecer su propia secuencia de búsqueda; es decir, tenemos un usuario activo.

“Por el contrario, encuentras muchas publicaciones de diversos temas que al final te resulta engorroso poder ubicar lo que buscas. Sí, sí, suelen publicar muchas cosas diarias, lo cual me parece que está bien. Dije que hay un uso activo, pero claro, desde mi perspectiva sí puede generar complicaciones, a veces no, porque puede perderse una publicación que por ahí me interesó y ubicarlo así puede ser un poco tedioso, al menos en Facebook”. (CÓDIGO01)

“De hecho, creo que están como las cosas más importantes, pero cuando quieres algo más específico, se hace un poco más complicado no encontrar la información porque por el mismo hecho de que hay mucha información no puedes ponerla toda”. (CÓDIGO02)

“Me parece regular, parece regular. La organización de una página de información puede ser muy buena, pero cuando está dispersada a veces se pierde la información, ¿no?” (CÓDIGO01)

-Veracidad de la información.

Según Valenzuela, M. C. C., Hernández, L. C., y Goglios, M. D. L. Á. G. (2016), los criterios que utilizan los usuarios de esta red social para determinar que una información es verídica se relacionan principalmente con la imagen que se tiene de quienes comparten la información en la red. El criterio apela a la percepción emocional y a aquello que se nos hace verosímil visualmente a partir de un contexto histórico-social determinado. La relación que se tenga con dicha persona, es decir, el grado de afecto y de poder, es fundamental para que el resto considere la información compartida como veraz. Además, la mayoría de la gente dice corroborar la información en otras fuentes antes de otorgarle credibilidad en la red social y compartirla con el

resto de los usuarios. La muestra encuestada dice no creer en la mayoría de la información publicada en Facebook, sin embargo, sí corrobora en otras fuentes de información, esto evidencia una contradicción ya que al no creer la información compartida en Facebook no hay nada que corroborar. Independiente del contenido de la información siempre se evidencia duda ante esta, de esto podemos inferir, que se debe a la simulación. Para Baudrillard (1977) disimular es fingir no tener lo que se tiene y simular es fingir tener lo que no se tiene; este último concepto se evidencia en la esfera virtual, ya que en las redes sociales se simula, se finge tener un conocimiento que no se tiene.

“Como toda herramienta de la tecnología, básicamente es el filtro de la información, o sea encontrar información verídica, y que la información se procese de la mejor manera. Digamos que hay cosas que no son ciertas y eso puede ser un problema. Un rumor en internet puede ser una bola de nieve y puede quedarse con un hecho falso ¿no? Yo creo que es el principal desafío como toda red social, pero bueno esto, como toda herramienta de internet, está propensa a ello, ¿no?” (CÓDIGO02)

“Eh la desinformación por las fake news, no las noticias falsas que siempre están y bueno, la falta de privacidad. Sí, también puede ser no que por el ejemplo que puse no pones algo y luego de pronto estás bombardeo de publicidad y también bueno, no sé si en la juventud de repente o en cualquier edad, pienso que también hay una tendencia a la adicción, no puede ser adictivo el uso de las redes sociales, también creo que puede ser un problema”. (CÓDIGO01)

-Ciberseguridad.

Como resultado de este rápido crecimiento en el uso de redes sociales, han aumentado las amenazas como malware, virus informáticos, software espía entre otras, dirigidas de los datos. Hay dos tipos de amenazas de Internet y redes sociales; amenazas clásicas y amenazas modernas. Las amenazas clásicas hacen que todos los usuarios de una red determinada sean susceptibles de sufrir ataques; las amenazas modernas están relacionadas con los usuarios de las redes sociales en línea solo debido a la infraestructura de las pueden comprometer la privacidad y la seguridad del usuario. (Davison, Maraist, Hamilton y Bing, 2012) Desde la llegada de Internet, han surgido amenazas clásicas y sus problemas han aumentado con su desarrollo, las aplicaciones de redes sociales y su uso cada vez más amplio, tal como ya se evidenció. Las amenazas más famosas son las amenazas de malware, las amenazas de phishing, los ataques de secuencias de comandos entre sitios, los ataques de inyección SQL y los ataques distribuidos de denegación de servicio (DDoS). Asimismo, las Amenazas modernas, están asociadas con las redes sociales en línea. Su objetivo es adquirir la información personal de los usuarios además de la de sus contactos. En los sitios de redes sociales como Facebook, los intrusos se dirigen a un usuario. De esta manera, si la información personal se hace fácilmente esta información; de lo contrario, un atacante puede enviar una solicitud personalizada. Después de eso, y tras la aceptación de una solicitud de amistad del usuario objetivo, se revela su información personal. Las amenazas modernas son la vigilancia, la creación de ataques de inferencia, el acoso cibernético, el secuestro de clics, la fuga de privacidad de la ubicación, los ataques de clonación de identidad, la fuga de privacidad de la información.

Según Giant, N. (2016), la importancia de abordar y promover la ciberseguridad está siendo cada vez más reconocida en niveles gubernamentales, propagándose el interés a los organismos locales incluso en las escuelas; sin embargo, existe una

percepción en los entrevistados/as de que la información brindada para pagos en Internet puede ser vulnerada como señala una entrevistada a continuación:

“Se puede filtrar tus cuentas bancarias. Este bueno otro riesgo, obviamente, es este el hecho de que puede generar una dependencia ciertamente dañina cuando consumes. Eh y bueno, el riesgo obviamente de la mala información, la gente a veces se lo cree por no buscar la fuente, ¿no?” (CÓDIGO04)

-Privacidad.

El utilizar las redes sociales, implica reconocer los derechos y deberes en línea, la protección de la privacidad, la promoción del diálogo constructivo y la prevención del discurso de odio y la desinformación.

Los/as entrevistados/as al utilizar las redes es que al buscar información en *Google* el algoritmo te deriva a mucha información y/o propagando de un tema buscado. Otro tema relacionado a la privacidad es que las fotos publicadas pueden ser utilizadas para diferentes motivos; y por último que los comentarios y/o publicaciones que se realicen puedan ser comentados por desconocidos incluso de manera anónima.

“Sí, yo considero que la privacidad definitivamente, por más que puede parecer a veces imposible, pero la posibilidad está siendo vulnerada, porque al momento de ingresar sus datos es una red y te orienta a un determinado formulario link. Entonces, como que cualquiera que conoce o incluso promedio no tienen toda esa capacidad, por ejemplo, de manejar estas redes pueden dirigirse y brindar información personal, y estás haciendo vulnerada tu privacidad porque también notas que cuando consignas una determinada búsqueda ya te proporciona y te vas siguiendo, fomentando la publicidad. Te sientes vigilado de alguna manera”. (CÓDIGO06)

“Mira a veces cuando publicamos fotos en público, todos lo van a ver, pues aquellas personas que ni siquiera son tal vez amigos. Lo van a estar viendo, tal vez te van a estar acechando y pueda que te envíen mensajes o hagan videos hasta con tus fotos. O sea, estamos propensos a eso, ¿no? Y no solo las mujeres, también los varones o para todas las personas. Así que eso vendría a ser un riesgo muy importante”. (CÓDIGO10)

“Qué también este se puede utilizar de manera anónima y hacer comentarios ofensivos.

Entonces, no sabes de dónde está viniendo esa información y si quieres poner alguna denuncia esa persona también es un poco complicada”. (CÓDIGO05)

La barrera de lo público y privado se distorsiona notoriamente en las redes sociales, pero también se puede apreciar en la vida cotidiana: Una persona puede estar en un parque (espacio público) y recibe llamados y/o *wazap* de algún familiar o pareja, sumergiendo paralelamente en el espacio privado. De la misma manera estas con tu familia (espacio privado) y recibes email de trabajo desconectándote de tu espacio privado.

-Ventajas/ beneficios del uso e interacción del gobierno electrónico. Comunidad de internautas

Según Winocur, R. (2001), hablar de comunidades virtuales en las nuevas condiciones del espacio público mediático implica referirse a las transformaciones que están ocurriendo en las formas de sociabilidad y, también, a las posibilidades que los medios

ofrecen para incluir y validar las necesidades de diversos grupos e individuos en la opinión pública. La retracción de los espacios públicos tradicionales, junto con la omnipresencia de los medios en las viviendas, afectaron considerablemente las formas de participación, las estrategias de inclusión en la esfera de lo público y las maneras de pertenecer. Ya no es necesario desplazarse al centro de la ciudad para manifestar públicamente el descontento o la adhesión a un movimiento, tampoco se requiere salir para entablar nuevas relaciones o solicitar apoyo emocional. El ámbito doméstico es el centro desde donde hay puentes con el mundo, desde la casa se puede llamar por teléfono a la radio para opinar, enviar un fax para denunciar, mandar un correo electrónico para responder en una encuesta, crear una comunidad virtual, integrar cadenas de solidaridad o participar en un grupo de discusión.

Estas nuevas modalidades de sociabilidad virtuales pueden conceptualizarse en lo que Thompson llama cuasi interacción mediática (1998: 282), refiriéndose al tipo de relaciones establecidas por los medios donde se elimina la interacción cara a cara. No obstante, esta situación no vuelve inexistente el vínculo, sino que representa la condición de existencia del mismo: “La comunidad virtual [...] es una realidad de un tipo diferente, un estado intermedio entre realidad y abstracción, donde la simulación y el simulacro adquieren vida propia. La realidad virtual puede ser experimentada, manipulada o vivida como si fuera real” (Lins Riveiro, 1997:499). Tampoco está sujeta a marcos de referencia espaciales y temporales, pero no deja de ser real en la medida en que produce efectos reales en la formación de opinión pública y en la intersubjetividad colectiva, donde se combinan sentidos y representaciones múltiples de diversos universos simbólicos a nivel social e individual.

Cómo cualquiera puede advertir, los temas que circulan por Internet incluyen toda clase de asuntos y modalidades discursivas. Las posibilidades son tantas como capacidad tiene el ser humano para concebir, proponer, predecir, inventar, experimentar o recrear virtualmente cualquier aspecto vinculado al conocimiento, la sexualidad, la emotividad, la tecnología, el pasado o el futuro.

Este tipo de interacción abre nuevas formas de comunicación que circulan por canales paralelos y no obstante están intercomunicadas a nivel de los deseos insatisfechos o reprimidos, las pulsiones amorosas, las angustias existenciales, el deseo de trascender y la ilusión de control de lo que está fuera de nuestro alcance. En este sentido, cumplen una función de compensación importante, porque permiten tolerar mejor las limitaciones o frustraciones de los vínculos tradicionales: Es una nueva manera de relacionarse, yo creo que es como un buen trampolín para entablar relaciones, porque es una manera fácil de conocer gente (Ana, 18 años, estudiante), ampliar las posibilidades de encuentros y sortear ilusoriamente las dificultades y el tiempo que provocan los encuentros reales o la falta de ellos. Quienes participan de estas formas de relación se mueven en dos mundos de experiencia diferentes pero que no se viven como antagónicos sino complementarios. En realidad, la mayoría comprende claramente la frontera simbólica que separa estos mundos, “es la mera existencia de esta frontera, y la habilidad de cruzarla en mayor o menor medida a voluntad, lo que constituye parte del placer (Thompson, 1998: 288), y es precisamente esta habilidad la que les permite jugar con todas las posibilidades desplazándose de un lugar al otro.

“Los beneficios serían que puedes dar a conocer tu opinión desde donde estés en tu casa o tu trabajo en la calle y ya no tienes que estar necesariamente digamos yendo a quejar de una entidad o unirse a una protesta, tal vez porque muchas veces no tenemos tiempo. Eh y en cuanto a desafíos diría que mmm creo que hace más falta de la presencia del Estado y de las entidades en las redes en cuanto a poder escuchar

o leer esos comentarios, entender el malestar de la gente. No siento que a veces es como que, de un lado hacia otro, el ciudadano se queja protesta en las redes. Pero no siempre se escuchan. Estos no son respondidos esos comentarios o son aclarados por las entidades”. (CÓDIGO02)

“También que es masivo. Mucha gente se suma en pocos minutos este estando desde diversas partes del mundo del país y bueno, eso es la ventaja de las redes sociales”. (CÓDIGO05)

“Los beneficios son que puedes llegar a más personas. Los desafíos son que existe mucha mala este información o desinformación que puede convertir eso en una fuente de información no confiable. Ya muy bien y este es el último tema, lo que vamos a entrar y con esto sí ya finalizamos ya la entrevista es respecto a la concientización sobre los riesgos digitales”. (CÓDIGO11)

“Yo preferiría hacerlo virtualmente por un tema de distancias. No, no es tan fácil en Lima trasladarte, sobre todo cuando estás trabajando”. (CÓDIGO02)

Resultado 3: Umbrales de participación.

En el contexto de las redes sociales, los umbrales de participación engloban la capacidad de crear y administrar una cuenta, compartir contenido, interactuar con otros usuarios, comprender las normas y políticas de la plataforma, y tener las habilidades necesarias para navegar y utilizar eficazmente las funciones disponibles.

Estos umbrales de participación pueden tener un impacto significativo en la igualdad de oportunidades en el entorno digital. Aquellas personas que tienen los recursos, habilidades y conocimientos necesarios para superar estos umbrales pueden aprovechar al máximo las redes sociales y beneficiarse de ellas. Pueden utilizar las redes sociales como herramientas para establecer conexiones, acceder a oportunidades laborales, promover sus ideas y proyectos, participar en comunidades de interés y acceder a información relevante.

Sin embargo, aquellas personas que no cumplen con los umbrales de participación pueden encontrarse en desventaja. Pueden enfrentar barreras para acceder a la información y las oportunidades que circulan en las redes sociales. Esto puede llevar a una exclusión digital y a una brecha de participación, donde ciertos grupos o individuos quedan rezagados y no pueden aprovechar plenamente los beneficios de las redes sociales.

Es importante reconocer que los umbrales de participación no son los mismos para todas las personas. Factores como la edad, el nivel socioeconómico, el acceso a la educación y la experiencia previa en tecnología pueden influir en la capacidad de una persona para participar en las redes sociales. Por lo tanto, es fundamental abordar estas desigualdades y trabajar para reducir los umbrales de participación, brindando acceso equitativo a la educación digital, promoviendo la alfabetización digital y fomentando la inclusión en el diseño de las plataformas digitales.

Al hacerlo, podemos avanzar hacia una mayor igualdad de oportunidades en el entorno digital y asegurarnos de que nadie quede excluido de los beneficios y las posibilidades que las redes sociales y otras plataformas digitales pueden ofrecer.

En resumen, para Mesa (2015), en base a esta conceptualización, podemos comprender que el Gobierno Electrónico es el uso de las TIC y en especial del Internet para poder brindar mejor Información, mejores servicios públicos, una mejor toma de decisiones, una mayor la

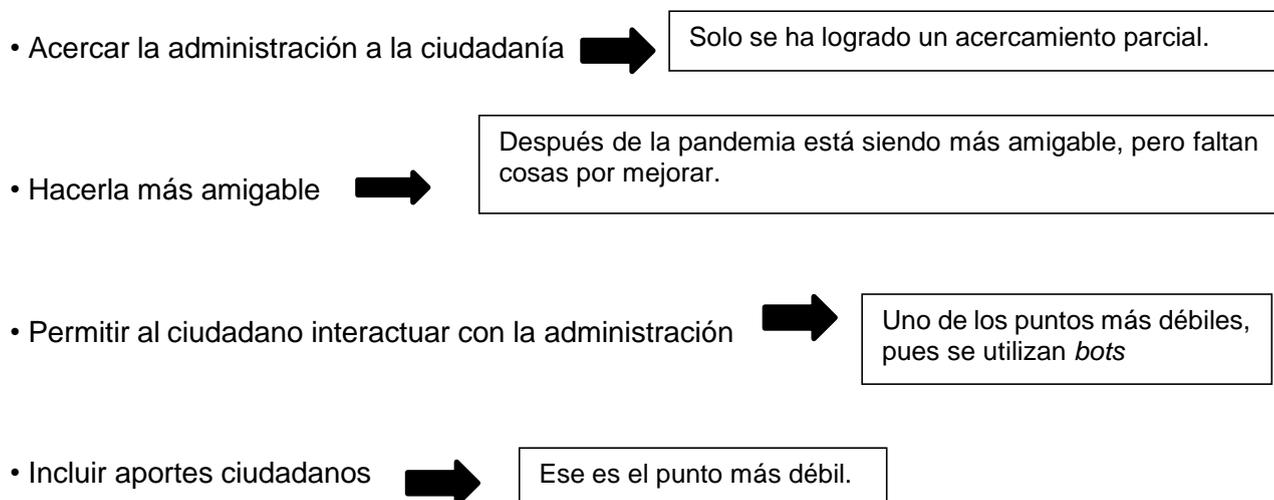
rendición de cuentas, etc. En consecuencia, una mayor relación entre el Estado y los ciudadanos.

Un gobierno abierto es aquel que garantiza y promueve la transparencia, la participación ciudadana, la integridad pública y que aprovecha el poder de la tecnología para elevar sus niveles de eficacia y garantizar la rendición de cuentas. El reto está en asegurar que la información sea accesible, relevante, completa, confiable y objetiva a lo largo del tiempo.

Partiendo de Mesa (2015); y de acuerdo al trabajo de campo realizado, se puede desprender cuál es la presencia del Gobierno Electrónico:

Gráfico N°5.

Evaluación de la presencia del Gobierno Electrónico.



Nota. Elaboración propia.

a) *Accesibilidad al Gobierno Electrónico.*

Las redes sociales proponen una mayor responsabilidad en la gestión de la información. La responsabilidad de las instituciones públicas es mayor al hacer uso de las redes sociales precisando que la información proporcionada en las redes sociales debe ser clara, útil, sencilla, oportuna y que responda las necesidades de los ciudadanos. Así como se plantea una mayor transparencia del Estado. Las posibilidades de transparentar la información por estos medios son mayores porque permiten una mayor interacción con el ciudadano y por ende una mayor demanda de la información pública.

Se puede decir que la inserción de las redes sociales en la administración pública peruana no sigue un derrotero formal como el que se propició para la aparición de las páginas web del Estado, por el contrario, las entidades públicas paulatinamente fueron integrándolas como un espacio de comunicación e interacción y que hoy está presente en la mayoría de las entidades públicas.

A continuación, los entrevistados/as nos presentan los siguientes testimonios:

Cuadro N°16.

Experiencias de usuarios en redes sociales.

<p>MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO</p>	<p>[Facebook] <i>“Sí, eso fuese el acceso, porque eso es bastante dinámico. Tiene bastantes gráficos, las explicaciones son sencillas como para que cualquier persona que digamos no tiene tanta experiencia en el uso de la de las computadoras de los instrumentos digitales sí pueda y pueda entender no la de la dinámica de esta página”. (CÓDIGO01)</i></p> <p>[Página web] <i>“No está bien desfasado en la página web, sí es como A veces necesitas, eh consultar, por ejemplo, no sé a la línea gratuita y no es no es fácil encontrar ahí en la página web, también en las normas que publican, a veces también están como en desorden tienes que pasar, tienes que poner muchos filtros para poder acceder a esta sección. Y sí hay varios apartados también de la página web que están ya sin actualizar y no, no logran absorber tus dudas, no tienes que acceder a otras páginas y otras fuentes de información para lograr entender.” (CÓDIGO01)</i></p>
<p>MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES-MIGRACIONES</p>	<p>[Página web] <i>“Hay algo que, siendo sinceros que no sé en qué momento cambió en, pero las páginas ahora están todas las del Estado comunicadas en un solo sistema inicial.</i> <i>Que es como que el gobierno peruano y ahí como que se desglosan varias páginas, no, entonces yo creo que la manera en la cual han construido, eh. Hasta esta forma todo de unificar, siento que no está funcionando en realidad, porque a mí se me complicaba bastante entrar a las páginas de la Sunat, todo de migraciones. O sea, yo como usuario no creía que cada entidad tiene que tener su propia identidad, porque si todo lo todo está unificado en el sistema, el gobierno peruano creo que es más difícil encontrar las cosas o sería más fácil cuando hay migraciones y de frente te mande migraciones en lugar de que te mande la plataforma del Estado y recién desde ahí tú entras a migraciones, es como un paso más”. (CÓDIGO02)</i></p>
<p>MINISTERIO DE EDUCACIÓN- BIBLIOTECA NACIONAL DEL PERÚ</p>	<p><i>“Bueno, no, no es tan clara si es que adentro la primera vez, no, no, no va a ser no vas a casi imposible llegar a donde a donde</i></p>

	<p>busca, De hecho, vas a recurrir como en mi caso de bastantes, esta guía externa”. (CÓDIGO04)</p>
<p>PRESIDENCIA DEL CONSEJO DE MINISTROS-INSTITUTO NACIONAL ESTADISTICO E INFORMATICA</p>	<p>“Bueno, algunas veces he tenido problemas para encontrar la convocatoria para descargar alguna constancia de trabajo. Ha sido un poco difícil, pero por lo demás puedes encontrar los datos estadísticos”. (CÓDIGO05)</p>
<p>MINISTERIO DE ENERGÍA Y MINAS- ELECTROPERU</p>	<p>“Mhm sí, me parece de fácil uso, pero siento que la falta organización al momento de proporcionar la información en las redes de Facebook de la entidad, osea la información aparece, así como que no hay secciones, no hay mucha organización de la información, convocatorias de selección, como celebraciones. Toda la información. Sí, correcto”. (CÓDIGO06)</p>
<p>MINISTERIO DE SALUD</p>	<p>[Facebook] “Sí, considero que la información es buena, como son temas de actualidad en realidad, la información, tú puedes alguna vez está organizada por campañas, pero si sale algún tipo de patología novedosa o es un tema relevante de salud pública, sí lo presentan de manera oportuna, ¿no?, al menos el comentario independiente que sea positivo o negativo no la respuesta, pero sí está. No están pendientes de publicar información reciente ¿no? y actualizada”. (CÓDIGO06)</p> <p>Sí era de fácil acceso. Lo importante fue que como el Ministerio de salud estaba muy involucrado en el tema de pandemia directamente involucrado, te aparecía mucha más información que en cualquier otro en cualquier otro momento. Y eso hacía que sea mucho más fácil acceder a la información que te brindaba al Ministerio de Salud. (CÓDIGO11)</p> <p>[Página web] “Puede consignar el nombre de la de la entidad y te puede dirigir a muchas pestañas. Preferiría que fuese solo no una sola página, la primera opción y de ahí dirigirme a las diversas pestañas de los sectores. O sea, si puedes encontrar la información, o sea, no está tan dispersa, pero si te toma un poco más de trabajo, a mí me he tomado un poco más trabajo por temas particulares. Si es una entidad que maneja diversos sectores, debería tener una</p>

	<p><i>mejor distribución consistente.” (CÓDIGO 06)</i></p>
<p>MINISTERIO DE SALUD-HOSPITALES</p>	<p><i>“Eh son páginas mayormente que brindan informes de citas. De citas encontré información a una página nomás, la página de Hospital Santa Rosa, pero en los demás no son brindan otro tipo de información-Mhm sí son más informativos, “El día de la reproducción sexual”. ¿Algo así, no? , “El día de la tuberculosis” o mostrando las actividades de los doctores en el hospital centro se ponen eso, pero no respecto a citas, ni horarios de atención, nos brindan mucha información al respecto, excepto en el hospital Santa Rosa Ah creo que publican lo que no nos interese al público, no sobre los horarios de atención, cronogramas de atención o doctores o que ya no hay cupos porque este tú tienes que recién ir al hospital presencialmente Y averiguar de que ya no hay atención porque ya hay un tope A la administración del hospital OA lo que nos interesa más a nosotros, los usuarios, ¿no?”. (CÓDIGO10)</i></p>
<p>MINISTERIO DEL INTERIOR-POLICIA NACIONAL DEL PERÚ</p>	<p><i>“Sí, sí, sí, sí podía encontrarlas, pero tenía específicamente que ir a una comisaría. Entonces este ya no. No revisé el Facebook porque el Facebook de la Policía Nacional del Perú, tuve que irme a presentarme presencialmente en la comisaría. Sí, pues, pero sí tuve que hacer una solicitud de acceso a la información pública. Ah, ya busqué el correo electrónico de la comisaría en internet, pero no hay una página como institucional, no encontré la página de la Policía Nacional creo que deberían tener cada comisaría. Poner un enlace de un WhatsApp o de un correo, por ejemplo, esa diferencia sí hay con las páginas del Ministerio público. Tú buscas el correo de la fiscal de la primera Fiscalía provincial penal de Lima y este lo buscas en internet y salen dentro de la página institucional del Ministerio Público, en cambio de las comisarías no pude.” (CÓDIGO 07)</i></p>
<p>MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS-SUNAT</p>	<p><i>“Sí, De hecho, son fáciles, pero también hay momentos en los que hay algunas fallas y de frente te manda tipo error o algo así porque hace poco me pasó. Eh con la nueva aplicación que tiene la Sunat de personas, no cargaba y me enviaba de frente a hay un error. Y creo que no es tan estable en cuanto a la conexión que se podría llegar a tener</i></p>

	con las páginas. No dé Del gobierno". (CÓDIGO10)
UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS	<i>"Me parece dificultoso a poder acceder a la información. Me parece que la página está desactualizada. Considero que es algo importante que deberían hacer, porque este interés de los alumnos este acceder a esa página. Es un fastidio en realidad". (CÓDIGO07)</i>
MUNICIPALIDAD DE TUMBES	<i>"Sí, la página web, de la Municipalidad Provincial de Tumbes. Es mucho más informativa en el sentido de que permite mediante videos o imágenes y publicaciones poder mostrar a los ciudadanos las acciones que está usando, la que está teniendo la municipalidad con respecto a al desarrollo, la seguridad ciudadana, limpieza pública o alguna otra actividad que realice es mucho más amena. Si bien es cierto, la página de Facebook es mucho más intuitiva con el ciudadano hay documentos o publicaciones que son obligatorias y se requieren publicar en la página web..." (CÓDIGO09)</i>

Nota. Elaboración propia.

b) Interacción con las páginas.

Según Giant, N. (2016), la interacción entre los usuarios en las redes sociales es el factor clave para determinar muchas tendencias en línea, sean estas comerciales, profesionales, muchas empresas, instituciones e individuos han aprendido a utilizar las redes sociales como Facebook, Twitter y LinkedIn para interactuar. Las interacciones pueden ser diversas: chat, formularios, correos electrónicos, mensajería instantánea:



Según Giant, N. (2016), los chats en línea permiten chatear a los usuarios, pública o privadamente con otros en Internet, a través de un sitio web específicamente dedicada a ello. Similar a la mensajería instantánea, la mayoría de los chats requieren que cada usuario se registre y seleccione un seudónimo por el que se le conozca que se mostrará en el chat. Los usuarios pueden mantener una discusión pública o pueden optar por mantener una conversación privada (es decir, se abre una ventana de diálogo independiente que solo pueden ver los invitados a ella).



Un formulario es un documento virtual que sirve para recopilar información de manera estructurada, para después almacenarla y ocuparla con un fin en especial. Está conformado por casillas, y los datos a solicitar varían de acuerdo con su objetivo. Un formulario es una herramienta de recopilación de información altamente poderosa.

“Entonces no porque usado mucho tecnicismo, entonces tenía que tener alguien que me ayude, no a orientarme. Claro y alguna vez ha escrito algún formulario en la página web, digamos de la Sunat como me dice que el formulario no si no era más para acceder a realizar el recibo para honorarios, etcétera”. (CÓDIGO15)

CORREO ELECTRÓNICO



El correo electrónico o e-mail es un servicio en línea que, al igual que ocurre con el correo postal tradicional, nos permite enviar y recibir mensajes a través de un servicio de red a múltiples destinatarios. Para utilizarlo lo único que necesitaremos será: Un dispositivo con acceso a Internet.

“Mediante esta página web, sí me acuerdo que en la pandemia escribí algún correo, pero nunca me respondieron”. (CÓDIGO02)

MENSAJERÍA INSTANTÁNEA



Según Giant, N. (2016), la mensajería instantánea es una herramienta para conectar y hablar instantáneamente con cualquiera a través del ordenador o de un teléfono móvil con acceso a internet. Los usuarios se registran con su dirección de correo electrónico y, normalmente, añaden contactos mediante las direcciones de correo electrónico de otras personas. Si esas personas están registradas también en el servicio de MI, los usuarios pueden comunicarse inmediatamente en tiempo real seleccionado un contacto y tecleando un mensaje.

c) La interacción en redes sociales y la inteligencia artificial.

La interacción en redes sociales y la inteligencia artificial están estrechamente relacionadas y han influido en cómo las personas utilizan y experimentan las plataformas de redes sociales. Aquí hay algunas formas en las que la inteligencia artificial (IA) ha influido en la interacción en redes sociales:

La IA se utiliza para analizar el comportamiento del usuario y sus preferencias en las redes sociales. Esto permite a las plataformas como Facebook, Twitter e Instagram recomendar contenido personalizado, incluyendo publicaciones, anuncios y perfiles para seguir. Estas recomendaciones se basan en algoritmos de aprendizaje automático que procesan grandes cantidades de datos para comprender mejor a cada usuario.

En este punto nos centraremos en el *chatbots* y asistentes virtuales: Las empresas y organizaciones utilizan *chatbots* y asistentes virtuales basados en IA en las redes sociales para interactuar con los usuarios de manera automática. Estos *chatbots* pueden responder preguntas frecuentes, proporcionar información y ayudar a los usuarios a navegar por los servicios o productos de la empresa.

En resumen, la inteligencia artificial ha transformado la forma en que interactuamos en las redes sociales al proporcionar personalización, automatización y análisis avanzados. Sin embargo, también ha planteado desafíos relacionados con la privacidad de los datos y la confiabilidad de la información en línea, lo que requiere una consideración cuidadosa y regulación por parte de las plataformas y los usuarios.

“Eh, me parece que sí. Creo que por un curso que siempre promueve unos cursos gratuitos, entonces creo que dejé como la como una consulta por ahí ¿no? Ah sí una especie de respuesta automática que siempre tienen que derivó en una página y así”. (CÓDIGO09)

“La falta de atención pronta, al menos sobre todo en las páginas web, que es donde mayormente recurre al tener una consulta. Eh si son bastante lentas y poco eficaces, las experiencias que he tenido no han logrado absolver mis dudas, siempre he tenido que recurrir a consultas vía telefónica o incluso bueno, ya en última instancia de las presenciales ¿no?, pero sí por página web casi nunca funcionan bien esos bots. Eso es respuestas automáticas, creo que no, no hay una cercanía y no logran entender tu necesidad”. (CÓDIGO01)

“Eh sí, lo he visto, pero no lo he usado porque justamente no me gusta hablar con los bots porque está automatizados Y en verdad te dan respuestas estándar, no que no es como hablar con un humano que te puede entender”. (CÓDIGO02)

-Habilidades digitales.

Las brechas digitales están mediadas por las habilidades digitales para acceder a las páginas web de las instituciones gubernamentales y redes sociales de los usuarios (uso político del Internet). Dentro de las habilidades digitales tenemos la capacidad de buscar información.

La capacidad de realizar trámites y acceder a información de manera rápida y sencilla reduce las cargas administrativas y mejora la experiencia del usuario

“Yo creo que la información más importante es si está, o sea, está el link para sacar las citas. Está como que la guía de cómo usar la plataforma y bueno, incluso en algún momento también puede ver que había guías para extranjeros, ¿no? Entonces sí siento que está bien estructurada la información”. (CÓDIGO 02)

“Creo que está en una mejora ajá, yo creo que está en una mejora continua. Si bien es cierto, ahora es mucho más fácil acceder a la información, lo que las municipalidades tienen que implementar. En el caso de las páginas web, una página web mucho más amena y en el tema de Facebook. Creo que está cumpliendo el rol básico que tiene que tener la entidad con los ciudadanos en la comunicación”. (CÓDIGO 09)

“Regular, porque como ya mencionaba, sí, sin duda hay algunos problemas y a veces tal vez pensamos que es parte del internet, no de la baja. Eh calidad, por así decirlo, pero no es tan este, no, no quedamos tan satisfechos Por otro lado, la comunicación también ahí vendría a truncarse no y no llega de buena manera hacia las personas hacia los receptores. Bien alguna vez dejaste de buscar una información porque no se presentaba de manera clara, es decir, buscaste ayuda con algún familiar, amigo u otra persona. Sí con amigos, justamente como vuelvo a mencionar acerca de la Sunat, yo no tenía tanto conocimiento que digamos. Eh sobre la entidad, así que consulté con amigos de mi trabajo y sí me llegaron a explicar, pero a veces también la explicación no es como cuando te acercas a la propia entidad y te informan más, ¿no? (CÓDIGO 10)

“Eh no, no tanto si he logrado encontrar lo que he buscado, pero sí me ha, me ha tomado un tiempo”. (CÓDIGO 06)

Asimismo, cuando la capacidad de buscar información se dificulta los intermediarios especialmente familiares y/o amigos/as son las personas que recurren los entrevistados:

“Como que algo así como la cita se lanzan los sábados al mediodía como ejemplo y cuando yo entraba los sábados al mediodía no había citas, ya es lo que me ha pasado muchas veces. Diría que más de unas 5 veces, entonces en esa situación sí tuve que recurrir, amigo, no preguntarles cómo ella sacó su pasaporte porque digamos, no había una opción o un manual, era lo que te diga, no, en caso no había citas. ¿Es por tal situación hacer tal cosa no? Ay, sí como que dejan al usuario al aire”. (CÓDIGO02)

“Sí, en alguna ocasión, cuando buscaba una convocatoria. Eh no, no pude entrar a la sección específica y tuve que consultar con algunos compañeros, verdad que me pudieran facilitar esa información o el link. Eh. No es tan fácil tampoco. Pasa lo mismo en el INEI, es decir, encuentras varias opciones y al final no sabes cuál es la página institucional”. (CÓDIGO05)

“Eh, sí, sí, porque la información es mucho más variada. Entonces, por la misma temática busca algo en particular no lo encuentras, entonces este probablemente sí está, pero entre tantas otras novedades que salen o sea me cansé y tuve que ir a la página web o recurrir a Google para encontrarlo”. (CÓDIGO06)

Resultado 4: Sentimentalización y las redes sociales.

Después de analizar las páginas del Gobierno Electrónico, se abordará el tema de las emociones en las redes sociales de la Sunat a partir del análisis de emoticonos y de los sentimientos expresados en los comentarios

En primer lugar, las emociones han adquirido una creciente importancia en nuestra época, en todos los ámbitos de la sociedad. Esta revalorización de la dimensión afectiva de la persona se ha reflejado, a su vez, en su inclusión como objeto de estudio en investigaciones de numerosas ramas del saber. Además, en los estudios en Comunicación, y específicamente en relación con la tecnología digital, existe un creciente interés académico por las emociones.

Ser consciente de las capacidades del entorno digital como un espacio y un canal para la expresión de emociones implica ver Internet y sus aplicaciones no solo como herramientas que utilizamos, sino como un lugar de experiencia y subjetividad. Más que un simple medio de comunicación se trata de un espacio que habitamos y que nos influye (Lasén, 2014). Esta dinámica es particularmente evidente, aunque no exclusivamente, en las redes sociales, las cuales están diseñadas precisamente para crear y mantener vínculos con otros, convirtiendo estas plataformas de sociabilidad en una de las manifestaciones más representativas de la Web 2.0

En primer lugar, debemos entender el significado de los emoticonos, para ello hay que entender que hay una gradualidad de las emociones:

-El botón “Me Gusta” indica aprobación general, el botón me gusta es un poco menos emocional que los otros emojis de Facebook.

-El emoticon “Me da Risa”, representa sarcasmo cuando se encuentra presenta en las páginas del Gobierno Electrónico, pues ninguna información presentada por esa institución busca despertar ese sentimiento.

-El “me importa”, es que la información relevante y/o importante para el usuario.

- El emoticon sorpresa nos muestra que los usuarios manifiestan un asombro ante la información brindada por la Sunat.

El “Me Gusta”, “Me da Risa”, “Me Importa”, “Sorpresa”, son emoticones que muestran una reacción más neutral sobre la información presentada en la Sunat. Mientras que los emoticones que presentan más claramente una emoción positiva y negativa son las siguientes:

El botón “Me Encanta” es para expresar algún afecto de gusto por una publicación. (Positivo)

El botón “Tristeza”, es para expresar un sentimiento de algo que no le “conviene” como usuario (negativo).

El botón “Molestia” muestra el desacuerdo con la información mostrada en la página de la Sunat (negativo).

La IA se utiliza para analizar el sentimiento de las publicaciones y comentarios en las redes sociales. Esto permite a las empresas y a los analistas de datos comprender cómo se sienten los usuarios acerca de ciertos temas o productos. También se utiliza para detectar tendencias y opiniones públicas en tiempo real.

Las emociones en las redes sociales en el Ministerio de Salud analizadas por los *emoticons* a partir de la pandemia son de “me encanta” como sentimiento preponderante.

Otra manera de medir las emociones es partir de comentarios. En este cuadro se encuentra la data con todos los comentarios:

Cuadro N° 17.

Enlace de base de datos de comentarios.

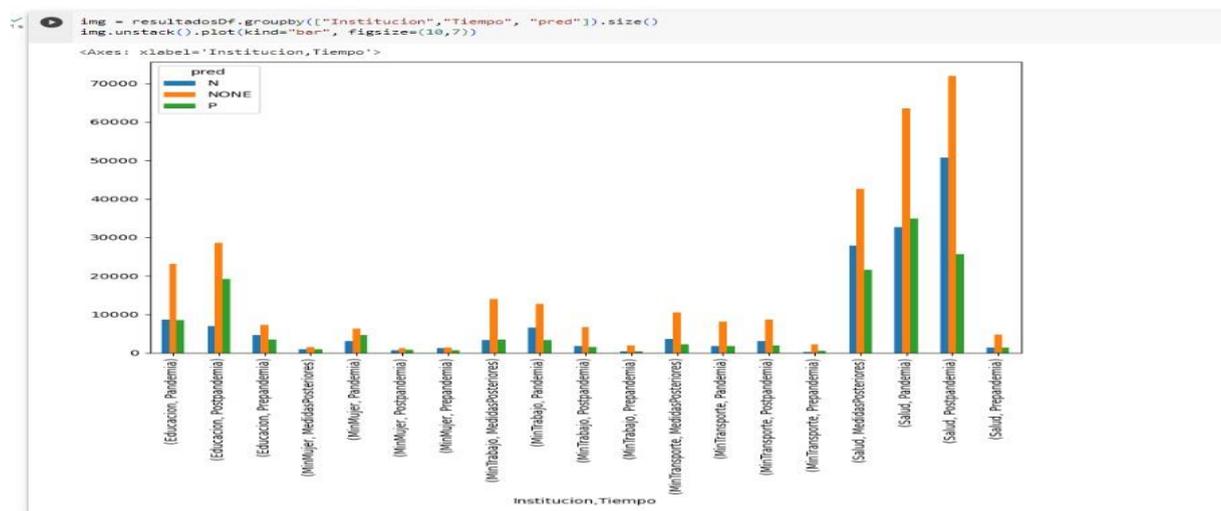
Ministerio de Salud	https://drive.google.com/drive/folders/10tnIz6-Mt9FZcPBP-xT-FkScW7aAeAH2?usp=drive_link
Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo	https://drive.google.com/drive/folders/1d-IAKElftSu35FFqofiC545WLiOs7y1J?usp=drive_link
Ministerio de Educación	https://drive.google.com/drive/folders/1cwxJW7cLqckLsMT1WCztrGBeBDOUJ3Lv?usp=drive_link
Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables	https://drive.google.com/drive/folders/1ck5u9fyzSj74q6irtiiRLTIQYINbZYXZ?usp=drive_link
Ministerio de Transportes y Comunicaciones	https://drive.google.com/drive/folders/18b9gjrWixR3tkk9zN94PCtHMYFgg1vnU?usp=drive_link

Nota. Elaboración propia.

El siguiente Gráfico N°6, muestra un panorama general de las emociones a través de los comentarios en los ministerios analizados en este estudio. Líneas posteriores se describirá cada caso de manera particular.

Gráfico N°6.

Comentarios de los Ministerios del Perú.



Nota. Elaboración propia.

LAS EMOCIONES Y EL MINISTERIO DE SALUD

Minsa (2020), "En el Perú, en salud, hay mucho por hacer, la crisis es grave. El gasto es solo para recuperar. No hay inversión en promoción de la salud y la descentralización también afecta la rectoría, debido a que es difícil ser Órgano Rector en un sistema fragmentado por subsistemas como el SIS, Es Salud y las Fuerzas Armadas y Policía Nacional, además de las Direcciones Regionales de Salud"

En el documento de GRADE "Políticas para combatir la pandemia de COVID-19" identificaron deficiencias en la forma como el gobierno abordó el tema sanitario estas son: la ausencia de pruebas al inicio y durante la pandemia, el uso de las pruebas rápidas como herramienta principal de diagnóstico, la falta de una estrategia cooperativa con las universidades y el sector privado para la implementación inteligente de pruebas, falta de iniciativa para identificar a los individuos contagiados y ubicar a las personas con las que tuvieron contacto.

De acuerdo a los hallazgos encontrados en la presente investigación la asistencia a los centros de salud disminuyó durante la cuarentena esto debido a que la población consideraba que los establecimientos de salud eran zonas donde el virus podía estar presente y las recomendaciones eran acudir solo en caso de suma urgencia. El público entrevistado considera que se dejó de lado la atención a otras enfermedades graves porque toda la atención estaba enfocada al virus.

De otro lado se encontró que los entrevistados consideraron que el grado de satisfacción de la atención de salud fue poco satisfactorio en todos los sectores de Lima a comparación de quienes consideraron que sí recibieron buena atención ya que son porcentajes menores. A ello se suma que los hospitales públicos colapsaron

durante la pandemia e ir a una clínica privada tenía costos muy altos que no podían ser cubiertos por la mayoría de los ciudadanos por lo que hubo mayor temor entre la población más vulnerable.

Cómo se puede observar en el Cuadro N° 17, el sentimiento amor es el predominante en la Pandemia. Cómo sabemos el Ministerio de Salud, nos mostraba los protocolos de cuidado durante la pandemia, asimismo el personal de salud fue reconocido por su labor.

Cuadro N°17.

Emociones en las redes sociales_ Ministerio de Salud

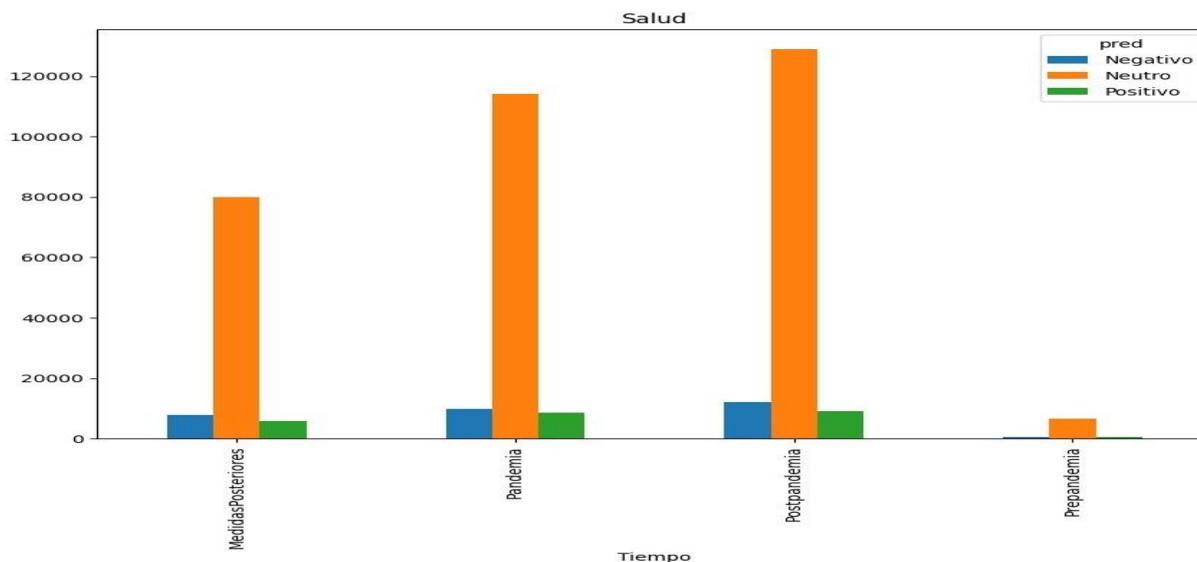
Fechas	Página	URL	Me gusta 	Amor 	Risa 	Tristeza 	Molestia 	Me importa 	Sorpresa 
Prepandemia 01/01/2020-15/03/2020	Ministerio de Salud del Perú	https://www.facebook.com/186167042764	116,372	16,197	1,399	3,159	2,137	15	2,927
Pandemia 16/03/2020-01/07/2020	Ministerio de Salud del Perú	https://www.facebook.com/186167042764	2,394,585	325,88	31,284	51,651	16,595	51,044	34,05
Medidas posteriores inmediatas 02/07/2020-30/10/2020	Ministerio de Salud del Perú	https://www.facebook.com/186167042764	1,810,219	116,9	41,307	16,215	12,601	19,81	12,201
Medidas posteriores 31/10/2020-31/03/2021	Ministerio de Salud del Perú	https://www.facebook.com/186167042764	1,914,957	104,791	124,353	26,644	31,715	15,302	22,554

Nota. Elaboración propia.

Lo expuesto en el cuadro, se puede confirmar en los comentarios, ya que antes o después de la pandemia el Ministerio de Salud, los comentarios negativos sobresalen.

Gráfico N°7.

Ministerio de Salud_ Comentarios.



Nota. Elaboración propia.

LAS EMOCIONES Y EL MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO

Como señala UNICEF (2010), una de las principales características de la economía y la sociedad peruanas es la situación de informalidad: más de 7 de cada 10 trabajadores laboran en el sector informal. La situación previa a la pandemia no mostraba una tendencia alentadora: entre 2009 y 2019 el sector informal se redujo en solo 4.6 p.p., abarcando al 72.7% de la fuerza laboral. Más de 12 millones de habitantes del Perú trabajan en condiciones inadecuadas, no cuentan con seguridad social y no pagan impuestos; como consecuencia del brote de la COVID-19, el Perú presenta uno de los retrocesos económicos más pronunciados de la región. (p.15)

Las emociones en las redes sociales en el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo analizadas por los *emoticons* a partir de la pandemia son de “molestia” como sentimiento preponderante. Ello se debería a que muchos peruanos viven en el día a día, y otros perdieron su trabajo durante la pandemia, los que seguían trabajando tenían que pedir “autorización de movilidad” para salir a trabajar, y los que teletrabajaban no tenían las condiciones para hacerlo. Así como muchas empresas quebraron, por ello la palabra “empresa” es preponderante en los análisis lexicográficos como se señala más adelante.

Cuadro N°18.

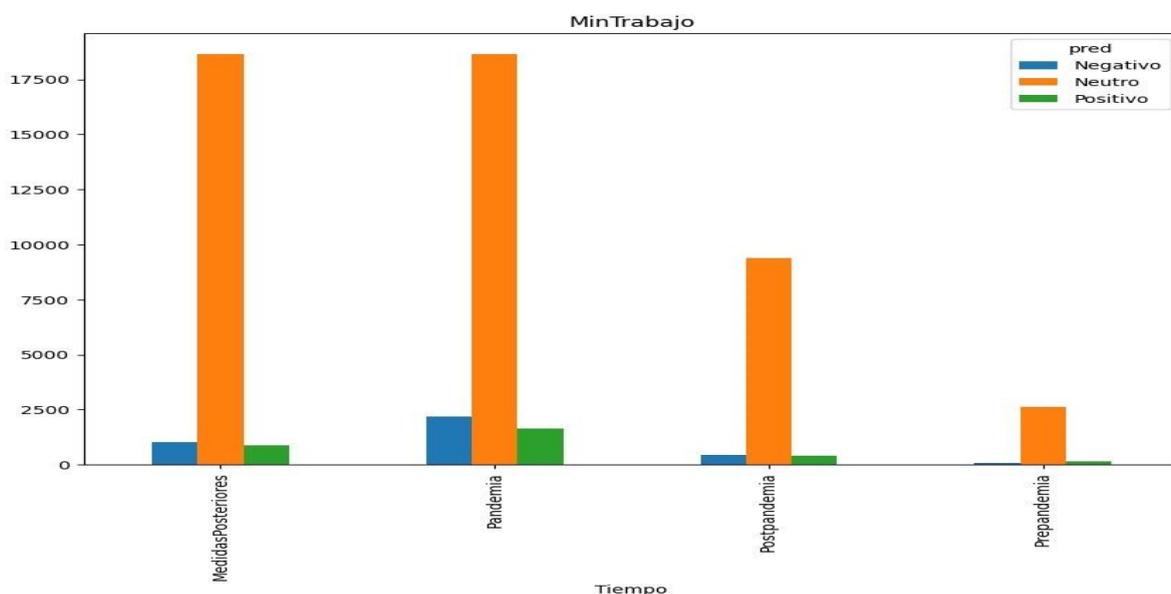
Emociones en las redes sociales_ Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

Fechas	Página	URL	Me gusta 	Amor 	Risa 	Tristeza 	Molestia 	Me importa 	Sorpresa 
Prepandemia 01/01/2020-15/03/2020	Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo del Perú	https://www.facebook.com/264770996888990	36,534	1,533	506	112	112	1	655
Pandemia 16/03/2020-01/07/2020	Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo del Perú	https://www.facebook.com/264770996888990	101,25	3,194	3,053	1,65	16,811	730	1,457
Medidas posteriores inmediatas 02/07/2020-30/10/2020	Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo del Perú	https://www.facebook.com/264770996888990	129,761	6,93	7,176	2,323	5,56	940	1,325
Medidas posteriores 31/10/2020-31/03/2021	Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo del Perú	https://www.facebook.com/264770996888990	87,834	3,205	5,987	541	9,308	430	836

Nota. Elaboración propia.

Gráfico N°8.

Ministerio de Trabajo_ Comentarios.



Nota. Elaboración propia.

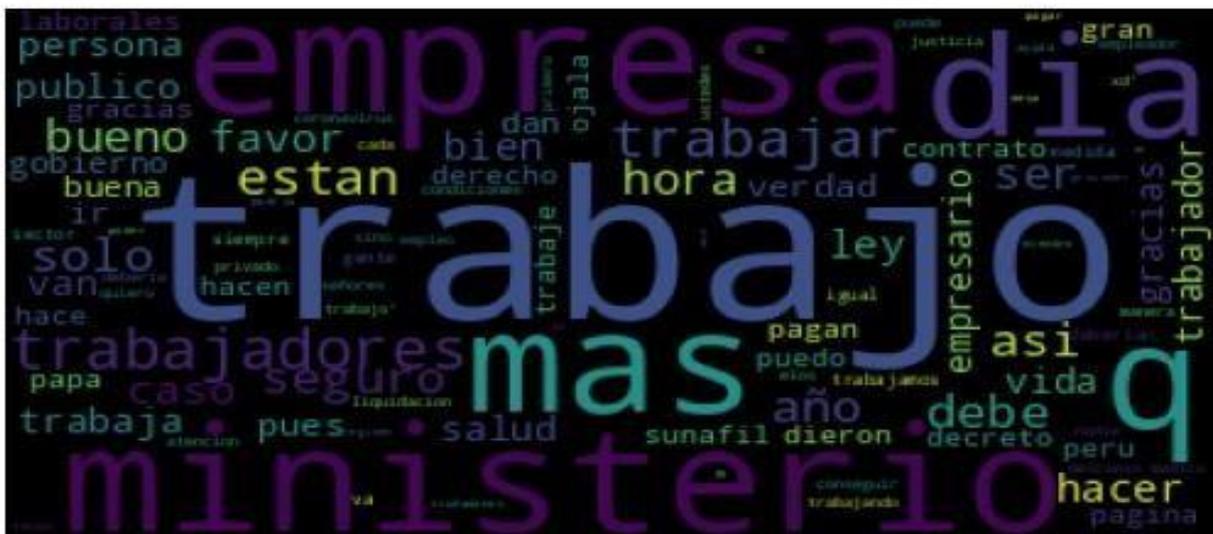
Según el Gráfico N°8, el sentimiento negativo fue preponderante en la pandemia especialmente en la cuarentena.

PREPANDEMIA

En los **COMENTARIOS POSITIVOS**, las palabras claves fueron: **TRABAJO, EMPRESA, MINISTERIO.**

Imagen N°25.

Comentarios positivos.



Nota. Elaboración propia.

Imagen N°32.

Comentarios negativos.



Nota. Elaboración propia.

LAS EMOCIONES Y EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN.

Según UNICEF (2020), en el Perú, desde 2015 hasta el 2019, un mayor número de niñas, niños y adolescentes venía accediendo a la educación: inicial (93.95%), primaria (97.26%) y secundaria (87.73%). Sin embargo, este avance se ha deteriorado durante el 2020 a raíz de la pandemia por la COVID-19.

El Covid- 19, además de la afectación de la salud de la población a nivel mundial y el incremento del índice de muertes; trajo consecuencias colaterales inmensos para la educación mundial; según la (Unesco, 2021). Casi la mitad de los estudiantes del mundo se vieron afectados en sus aprendizajes. Ahora bien, en relación a la preparación o capacidad de respuesta de los sistemas escolares, como lo grafica Henríquez et ál. (2020), la Covid- 19, exteriorizó las carencias y la baja preparación de los sistemas educativos para afrontar situaciones complejas como esta crisis. La alternativa común fue el cierre total o parcial de las escuelas y procesos de adaptación hacia una educación a distancia o aprendizaje en línea; algunos países con más rapidez que otras, de acuerdo a sus capacidades humanas, tecnológicas y de infraestructura de telecomunicaciones (Baber, 2020; García, 2020; Pedró, 2020; Makki y Bali, 2021).

Los hallazgos del estudio reflejan que las familias tuvieron problemas en el acceso a internet y contar con los equipos informáticos necesarios para que sus hijos puedan llevar satisfactoriamente el desarrollo de las clases virtuales. Este problema generó que las familias tengan que invertir mayores recursos en la adquisición de megas de internet, compra de celulares o computadoras, y en un contexto de pandemia fue complicado y tuvieron que acomodarse con los recursos que tenían. Como señala UNICEF (2000), aunque es cierto Ministerio de Educación (MINEDU) implementó la iniciativa Aprendo en Casa, una estrategia de educación a distancia, de libre acceso y multiplataforma que atiende todos los niveles educativos era una oportunidad importante para el sector, su estrategia vino acompañada de dificultades por la brecha digital del país.

Para el 2022 se ha retomado las clases presenciales para los estudiantes, es aquí donde se podrá evaluar la calidad de aprendizaje y enseñanza que tuvieron los

estudiantes quienes en la pandemia tuvieron que pasar diferentes dificultades de conexión a internet y de adaptarse rápidamente a una nueva forma de aprendizaje. Fue un reto para los padres de familia que tuvieron que dar soporte en casa y los docentes que tuvieron que ingeniarse y tener mayor creatividad para captar la atención de los estudiantes y así continuar con las labores escolares.

Las emociones en las redes sociales en el Ministerio de Educación analizadas por los *emoticons* a partir de la pandemia son de “molestia” como sentimiento preponderante.

Cuadro N°18.

Emociones en las redes sociales_ Ministerio de Educación.

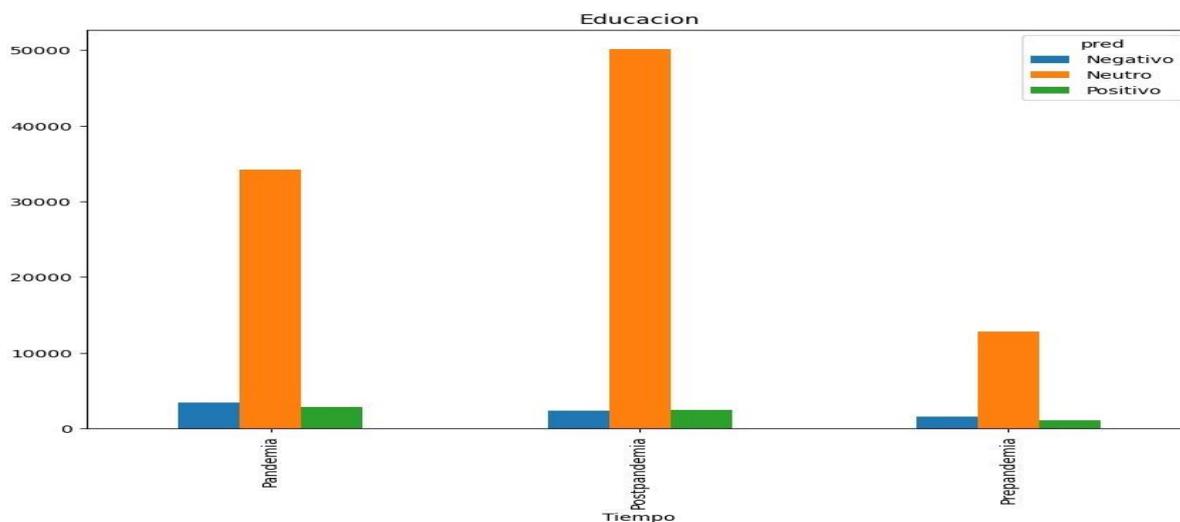
Fechas	Página	Me gusta 	Amor 	Risa 	Tristeza 	Molestia 	Me importa 	Sorpresa 
Prepandemia 01/01/2020-15/03/2020	Ministerio de Educación del Perú	278,012	17,613	1,558	2,515	1,539	16	3,948
Pandemia 16/03/2020-01/07/2020	Ministerio de Educación del Perú	465,508	60,986	4,634	2,994	5,883	6,562	8,391
Medidas posteriores inmediatas 02/07/2020-30/10/2020	Ministerio de Educación del Perú	278,012	34,842	5,524	907	6,328	4,966	3,597
Medidas posteriores 31/10/2020-31/03/2021	Ministerio de Educación del Perú	290,937	28,937	7,784	4,629	10,908	3,287	4,131

Nota. Elaboración propia.

De los comentarios se desprende, que hay mayor emoción durante la Pandemia.

Gráfico N°9.

Ministerio de Educación_ Comentarios.



Nota. Elaboración propia.

PREPANDEMIA

En los **COMENTARIOS POSITIVOS**, las palabras claves fueron: **MAESTROS, DOCENTE, EIB, NIÑOS, FAVOR, MANDEN.**

Imagen N°33.

Comentarios positivos.



Nota. Elaboración propia.

En los **COMENTARIOS NEGATIVOS**, las palabras claves fueron: **EIB, HACIENDO, COLEGIO.**

Imagen N°34.

Comentarios negativos.



Nota. Elaboración propia.

LAS EMOCIONES Y EL MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES

Las emociones en las redes sociales en el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables analizadas por los *emoticons* a partir de la pandemia son de “Me encanta” como sentimiento preponderante.

Cuadro N°18.

Emociones en las redes sociales_ Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables.

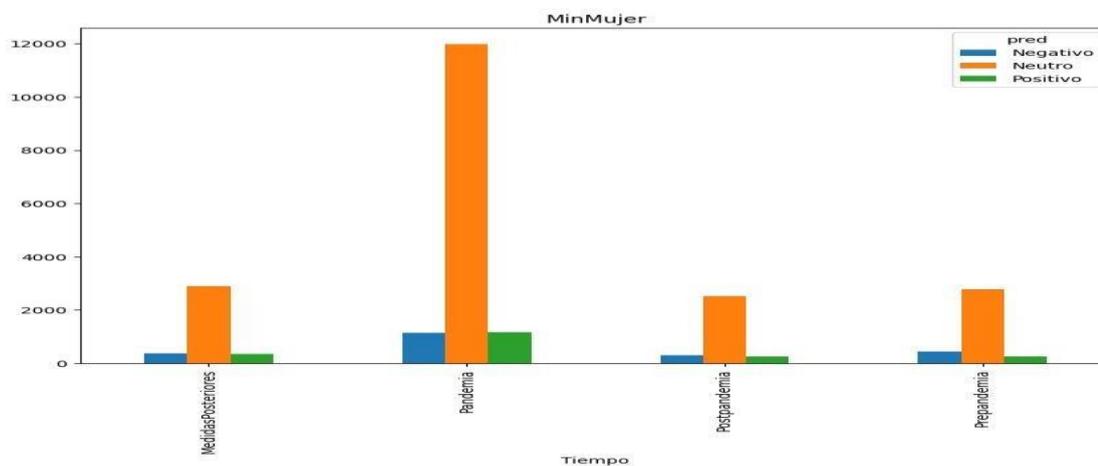
Fechas	Página	Me gusta 	Amor 	Risa 	Tristeza 	Molestia 	Me importa 	Sorpresa 
Prepandemia 01/01/2020-15/03/2020	la Mujer y Poblaciones Vulnerables del Perú	66,086	12,396	809	1,557	767	6	737
Pandemia 16/03/2020-01/07/2020	la Mujer y Poblaciones Vulnerables del Perú	154,479	35,299	5,64	3,014	1,472	6,244	1,028
Medidas posteriores inmediatas 02/07/2020-30/10/2020	Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables del Perú	122,945	19,491	1,896	5,19	973	2,862	710
Medidas posteriores 31/10/2020-31/03/2021	la Mujer y Poblaciones Vulnerables del Perú	69,958	8,273	904	1,042	3,411	1,121	441

Nota. Elaboración propia.

La interacción a través de los comentarios en la red social Facebook. fue mayor en pandemia. Incluso una mayor gradualidad, en las emociones negativas, positivas y neutras.

Gráfico N°10.

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables_ Comentarios.



Nota. Elaboración propia.

LAS EMOCIONES Y EL MINISTERIO DE TRANSPORTE Y COMUNICACIONES

Las emociones en las redes sociales en el Ministerio de Transporte analizadas por los *emoticons* a partir de la pandemia son de “Me encanta” como sentimiento preponderante.

Cuadro N°18.

Emociones en las redes sociales_ Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

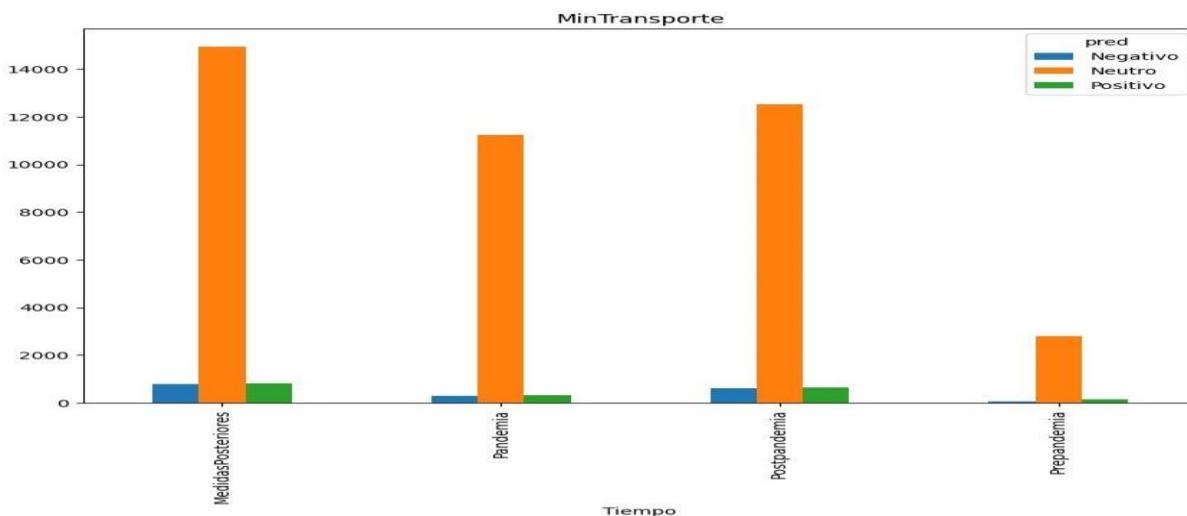
Fechas	Página	Me gusta 	Amor 	Risa 	Tristeza 	Molestia 	Me importa 	Sorpresa 
Prepandemia 01/01/2020-15/03/2020	Ministerio de Transportes y Comunicaciones del Perú	53,379	2,392	931	124	850	4	1,133
Pandemia 16/03/2020-01/07/2020	Ministerio de Transportes y Comunicaciones del Perú	113,23	5,557	1,832	602	2,51	771	1,53
Medidas posteriores inmediatas 02/07/2020-30/10/2020	Ministerio de Transportes y Comunicaciones del Perú	113,174	7,509	13,493	382	2,131	1,134	1,169
Medidas posteriores 31/10/2020-31/03/2021	Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo del Perú	89,952	3,778	6,501	262	2,698	488	1,045

Nota. Elaboración propia.

A diferencia de los otros ministerios, al no haber movilidad, los comentarios tienen menos grados de emocionalidad que antes o después de la cuarentena.

Gráfico N°11.

Ministerio de Transporte y Comunicaciones_ Comentarios.



Nota. Elaboración propia.

PREPANDEMIA

En los COMENTARIOS POSITIVOS, las palabras claves fueron: **AÑO, PERÚ.**

Imagen N°47.

Comentarios positivos.



Nota. Elaboración propia.

En los COMENTARIOS NEGATIVOS, las palabras claves fueron: **AÑO, SOLO.VÍA.**

Imagen N°48.

Comentarios negativos.



Nota. Elaboración propia.

PANDEMIA

En los COMENTARIOS POSITIVOS, las palabras claves fueron: **FAVOR, TRANSPORTE Y LICENCIA.**

Por último, resumimos unos comentarios de los entrevistados a continuación:

PÁGINA WEB-MIGRACIONES

“Yo medianamente satisfactorio porque hasta antes de la pandemia me acuerdo que era bien eficiente en la página porque yo saqué mi cita ahí para mi pasaporte. O sea, en ese momento hubiera dicho que es totalmente satisfactorio, Pero luego de mi última experiencia, te diría que mi vida no es satisfactoria.” (CÓDIGO02)

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA

“Bueno, algunas veces he tenido problemas para encontrar la convocatoria para descargar alguna constancia de trabajo. Ha sido un poco difícil, pero por lo demás puedes encontrar los datos estadísticos.” (CÓDIGO 05)

MINISTERIO DE TRABAJO

“Frustrada cuando no puedo encontrar información que busco. Y también te conté de que, en una página de una institución, si me contestaron Y fue una emoción satisfactoria, pues no, el hecho de que hayan atendido mis dudas, mi consulta fue genial”. (CÓDIGO07)

“En el caso del Ministerio de trabajo, frustración, creo definitivamente porque no encontraba información que yo quería. En el caso de SUNEDU, sí era de alivio”. (CÓDIGO08)

En líneas generales...

La exploración del aspecto emocional en las interacciones entre usuarios y el contenido de las redes sociales del Gobierno Electrónico revela patrones discernibles en los cuatro periodos elegidos, siendo el más visible la prevalencia de un tono neutro en el conjunto de comentarios, asimilable, según el marco delimitado, a la recepción neutra orientada hacia lo positivo con la reacción 'Me Gusta'.

De esta forma, se desprende que durante el periodo que se ha denominado prepandemia ya resulta notoria la interacción relativamente neutra en todos los Ministerios, siendo superior a las otras reacciones de carácter específico, como "Me Enoja" o "Me Divierte", lo cual, de nuevo, da pie a ser catalogado como una respuesta medida por parte de los usuarios. Más allá de esto, en cuanto al volumen de las interacciones el escenario cambia drásticamente en el periodo de la pandemia, cuando el número de "Me Gusta" aumenta de forma notable. Tal incremento sugiere una necesidad de orientación y apoyo por parte de la ciudadanía —reflejando una búsqueda activa de información en tiempos de incertidumbre— y la obvia realidad de que todos los servicios electrónicos aumentaron por el confinamiento.

Por otro lado, al contrastar estas reacciones con la expresión de descontento representada por el botón "Me Enoja", se evidencia una disminución marcada durante la pandemia. En todo caso, las medidas posteriores inmediatas y las medidas posteriores presentan un repunte en las reacciones negativas. Esto podría indicar la coexistencia de una audiencia que experimentó emociones negativas frente a los contenidos de las redes sociales de los Ministerios, pero tal vez llevados por una capacidad de sentirse más proclives a expresar su enojo y frustración tras las primeras olas de la pandemia, cuando se sentía un desgaste emocional por los sucesivos confinamientos y la información sobre la enfermedad resultaba menos opaca, aunque

esta es una hipótesis no del todo demostrable con las herramientas aquí planteadas, por lo que se podría explorar en trabajos subsiguientes.

En el análisis de las palabras recurrentes en los mensajes, se destaca la presencia predominante de términos de carácter neutral a lo largo de los cuatro periodos. Esto se refleja en el uso frecuente de nombres personales y la orientación hacia la acción a través del uso prevalente de verbos en infinitivo, como es el caso de la palabra "usar". Los nombres personales suelen aparecer constantemente, pues muchos usuarios etiquetan a otros en contenidos que, a su parecer, les puede resultar de utilidad. Este enfoque en la neutralidad y la difusión podría sugerir una forma de aproximarse a los contenidos de las redes sociales de los Ministerios, como partes de una plataforma de interacción directa con la oferta de los servicios a ciudadanos por medios electrónicos.

Este fenómeno adquiere una relevancia particular al considerar que la pandemia desencadenó emociones fuertes y diversas en la sociedad, incluyendo rabia, frustración, sorpresa y tristeza. La prevalencia de los "Me Gusta" sugiere que, a pesar de la magnitud de las emociones desencadenadas por la crisis sanitaria, la audiencia optó mayoritariamente por una respuesta más contenida y positiva ante los contenidos proporcionados por el Gobierno Electrónico. Este patrón puede interpretarse como un indicio de una aceptación de la información y orientación ofrecida por la entidad pública, así como de la disposición de segmentos de la audiencia a utilizar las herramientas del Gobierno Electrónico con una intención participativa, pero a su vez, puede estar relacionado con la naturaleza particular de las redes sociales de los Ministerios.

En el caso del análisis de las palabras recurrentes en los mensajes, se destaca la presencia predominante de términos de carácter neutral a lo largo de los cuatro periodos en todos los periodos. Esto se refleja en el uso frecuente de nombres personales y la orientación hacia la acción a través del uso prevalente de verbos en infinitivo, como es el caso de la palabra "usar". Los nombres personales suelen aparecer constantemente, pues muchos usuarios etiquetan a otros en contenidos que, a su parecer, les puede resultar de utilidad. Este enfoque en la neutralidad y la difusión podría sugerir una forma de aproximarse a los contenidos a las redes sociales de los Ministerios como partes de una plataforma de interacción directa con la oferta de los servicios a ciudadanos por medios electrónicos.

Resultado 5. Participación política digital en redes sociales.

a) ¿Empoderamiento ciudadano?

Según Winocur, R. (2001), la relación del público con los medios no se establece a partir de una monopolización maniquea de los mensajes, sino en una relación de desigualdad entre condiciones de producción y recepción, que no inhabilita al público para ser crítico frente a los mensajes: tal desbalance no imposibilita al receptor para reaccionar autónomamente ante los mensajes, capacidad que varía de un momento histórico a otro y de un tipo de medio a otro (Avritzer, 1999: 86).

Los medios de comunicación electrónicos modificaron sustancialmente las condiciones en que se desarrolla el debate público; términos como diálogo, crítica, debate, participación, deben ser repensadas en el marco de la comunicación mediática. Internet constituye un escenario privilegiado para abordar este problema. A diferencia de otros medios, ofrece espacios —o genera la ilusión de hacerlo—, para el debate y la libre circulación de las ideas con la participación directa del ciudadano.

La clasificación de Keane acerca de las esferas públicas que establece la distinción entre mesoesferas, macroesferas y “microesferas” públicas, nos parece especialmente útil para pensar el problema de las formas de participación e integración en Internet: Una esfera pública es un tipo particular de relación espacial entre dos o más personas, por lo general vinculadas por algún medio de comunicación (televisión, radio, satélite, fax, teléfono, etcétera) y entre las cuales se suscitan disputas no violentas, durante un periodo de tiempo breve o más prolongado en torno a las relaciones de poder que operan dentro de su determinado medio de interacción y/o dentro de los más amplios ámbitos de las estructuras sociales y políticas en los que se encuentran los adversarios (Keane, 1997: 58). En el esquema de Keane una microesfera se constituye por cualquier forma de interacción donde eventual y potencialmente se puedan discutir o intercambiar opiniones acerca de asuntos de interés colectivo de diversos grupos, desde reuniones políticas hasta pláticas entre los niños sobre juegos de Nintendo.

En este sentido, también los circuitos que se forman a través de Internet pueden considerarse de carácter público. Algunos autores, incluso, se refieren a este espacio como *ágora electrónica* (Castells, 1998) para denotar las posibilidades que abre Internet respecto a la participación y el debate público. En el marco de la reflexión planteada, cabe preguntarse si el ideal habermasiano de esfera pública sigue vigente o no, si la participación puede ser real, imaginaria o virtual.

Estos datos determinan de manera contundente que el acceso a este medio es un privilegio, y sus usuarios constituyen una elite. No obstante, en su condición de elite, es necesario señalar que la pertenencia a la misma no depende necesariamente del origen social o el poder adquisitivo de una persona, sino de la posibilidad de acceder a una computadora. Poseer o manejar una computadora brinda la oportunidad de vincularse al universo simbólico de socialización de dicho medio que tiene sus propios códigos de iniciación, pertenencia y funcionamiento. Todos los jóvenes que están en algún sistema escolarizado, independientemente de su condición social, tienen potencialmente la posibilidad de conectarse a Internet en su casa, la universidad, o en un ciber café.

La participación en Internet no puede desestimarse, pues en muy corto tiempo ha crecido de manera sorprendente en número de espacios e impacto en la opinión pública. A diferencia de los periódicos, que se restringen al correo de lectores, de la radio, donde sólo unos pocos se atreven a llamar, o de la televisión, que se limita a los concursos o *talks-shows*, todos lo que tienen acceso a este medio intervienen potencialmente en la conformación de lo público, ya sea participando en una cadena de solidaridad, sumándose a una red de denuncia, enviando mensajes a diversos medios o respondiendo una encuesta de las que organizan los noticieros con el objeto de indagar la opinión de la gente sobre diversos temas de la agenda.

Internet, en tanto lugar de expresión, convocatoria y comunicación de sus acciones. Esta mutua dependencia genera una interconexión importante entre micro y mesoesfera pública, que interviene en la conformación de lo público, ya que la difusión de las necesidades de estos pequeños grupos produce una circulación y colectivización de sus intereses que incluso trasciende sus intenciones: La acción colectiva no empieza necesariamente en organizaciones sino en grupos, redes, cadenas informales de gente interrelacionada [...] los niveles intermedios entre los individuos y la movilización organizada son extremadamente importantes para un entendimiento correcto de lo que transpira cuando la movilización real ocurre. Este parece ser el nivel preciso en el que los medios de comunicación masiva juegan el

papel más relevante en la conformación de identidades colectivas o individuales (Melucci, 1999: 65).

La creciente importancia de Internet en la vida personal, social, política, y académica de diversos grupos está transformando los modos tradicionales de organización y participación. Al parecer sí, pero no necesariamente en la dirección de desaparecer o de ser reemplazados, sino más bien en la ampliación de sus actividades o en la modificación de sus sentidos.

En este contexto, formas viejas sirven para expresar nuevos significados, como vimos en el caso de las comunidades en Internet, y modalidades nuevas, como las redes y cadenas virtuales, funcionan a partir de recrear o incorporar viejos mitos, leyendas y utopías. En la dirección planteada, la necesidad de establecer comunidades *online* se puede entender, por una parte, como la recuperación ilusoria de los lazos comunitarios, pero en un formato light, que integre pero que no amarre, que contenga pero que no prescriba, que escuche pero que no juzgue, que ayude pero que no exija nada a cambio, en síntesis, que brinde sentido de pertenencia pero que no castigue ni margine a quien escoge salirse; y, por otra, como una manifestación explícita e implícita del deseo individual y grupal de lograr una mayor tolerancia y reconocimiento de las diferencias. De ahí que, la importancia fundamental de estas redes y contactos virtuales no resida tanto en su capacidad de multiplicarse o en su poder de convocatoria, sino en la proyección y validación de las necesidades de sus miembros, minorías o sujetos considerados desviados o problemáticos en sus ámbitos de pertenencia. Lo que allí se vuelve motivo de exclusión aquí se transforma en condición de pertenencia. La difusión de sus demandas provoca una importante transformación en la esfera pública: la exclusión privada y el rechazo local se convierten en aceptación pública, inclusión de la diferencia y globalización de la experiencia. Aunque constituyen una minoría, su importancia y papel no deben ser subestimados.

La participación en el acceso y uso de las redes políticas influye de manera positiva en la mejora de la gestión de los derechos ciudadanos de los usuarios de las páginas web y redes digitales gubernamentales.

“Sí, sí, hay mayor protagonismo porque hay bueno, a diferencia mía. Hay personas que sí utilizan de manera muy, muy activa y más idónea. Tal vez las redes sociales como Twitter HD. Donde puedes emitir tu opinión también en Facebook, especialmente en Twitter, que he escuchado que la gente pues no tiene filtros y pueden debatir de muchos temas. Igual en Facebook creo que ahí estas cosas que se hacen virales, gracias a que la gente puede emitir su opinión, emitir quejas y de hecho ahí. hay cambios no, porque a veces puedes presentar una queja pública en Facebook de repente ante un restaurante o una entidad pública. Y logran escuchar tureclamo justamente porque hiciste público y porque la gente te apoyó, ¿no?” (CÓDIGO01)

“Sí, de todas maneras, eh, porque mediante redes sociales cada persona tiene como una voz. Entonces pueden dar su opinión, pueden quejarse pueden felicitar. Eh creo que cada persona. Bueno, no todos no, pero hay cada vez más personas que están ganando esa voz en sus propias redes sociales, ¿no? Y más allá de eso, también hay gente que lo hace de manera anónima, entonces siento que desde que desde que se crearon las redes sociales, por ejemplo, todos podemos hacer política desde nuestra casa”. (CÓDIGO02)

“Eh claro ¿no? al ganar una plataforma las personas o los ciudadanos pueden este. dar su opinión. Esta opinión puede llegar incluso al mismo político, ya este sin tanta

burocracia, directamente del mismo ciudadano. tu comentario puede replicarse, y puede hacerse una opinión más colectiva. Y llega finalmente al político, no al que esté encargado entonces, por eso en ese sentido creo que sí este. hay mayor protagonismo ciudadano”. (CÓDIGO04)

“Ah este bueno sí, el usuario puede. expresar su opinión, ¿no? se puede alcanzar a varias personas, y pueden escuchar al ciudadano, y se puede alcanzar a los políticos y a los medios tradicionales”. (CÓDIGO03)

“Sí, yo considero que definitivamente sí se nota más participación con la difusión de las redes sociales, sobre todo en la población joven. Se nota que la población joven siempre trata de intervenir, independientemente de que la unión pueda ser errada o no, porque eso esas son cosas que no se pueden manejar, pero sí hay más participación.” (CÓDIGO 06)

“Yo creo que he mejorado. Creo que deberían dar yo creo que deberían brindar charlas o publicar en esas páginas este del Estado. No debería haber orientaciones al público en general, porque yo soy bachiller en derecho, yo tengo un grado universitario, sé quizás cómo expresarme no y cómo hablar, pero hay gente que no. Gente del pueblo, de zonas rurales que no saben, y poder hacer sus consultas, no, este creo que debe haber un poco más libre de orientación y quitar ese tabú de poder opinar porque podemos opinar e informar a la gente que puede opinar porque no sabemos, no saben, o sea, las páginas están ahí, están este.” (CÓDIGO07)

“Creo que la participación ciudadana en zonas rurales es mucho más directa con sus Entidades pero que, por ejemplo, este si yo quiero hablar al Ministerio de Trabajo me responden cada una semana o cada dos, varios días. Claro, yo nunca he usado alguna red social de mi Municipalidad para para ponerme en contacto, preguntarles algo, creo que nunca lo he usado. En cambio, por ejemplo, una experiencia muy corta en Cajamarca en chota, en donde justo estaba en el aniversario de la provincia del distrito y la municipalidad hacía pues este aniversario y se contactaba con todos sus ciudadanos por su página de Facebook justamente. Y entonces las personas podían este contactarse más rápidamente con su comunidad. Me imagino también porque es más pequeño. En el caso de Lima. claro, claro, o sea, tiene más alcance.” (CÓDIGO08)

“Contacto podría ser, pero o sea tener más contacto, escribirle directamente al chat de la de la Municipalidad, no es lo mismo de que sea empoderamiento, porque como mencionabas lo puedes escribir 1000 cosas o 1000 denuncias de la Municipalidad y nunca se va a acercar, no, entonces tengo contacto directo o de repente este una forma de entablar comunicación más rápida de repente, pero no hay ninguna respuesta por parte de la entidad. Claro, claro, eh, sientes que puedes expresar lo que deseas en las redes sociales. Expresarlo así, pero no tienen impacto tampoco.” (CÓDIGO08)

“Claro, me siento escuchado, creo que soy un somos más libre de expresar lo que nosotros sentimos, pero no hay un impacto de vuelta para el diálogo, está siempre ahí, es como un juego de ping pong, alguien manda algo y alguien responde, no creo que nos sintamos escuchado porque solamente nosotros somos los que los que decimos algo, pero no hay una respuesta.” (CÓDIGO08)

“Visitando o no accede a la información que nosotros brindamos en nuestra página web ajá es nuestro deber como entidad acercarnos al ciudadano y facilitarles los mecanismos, los canales y los dos. Porque es importante esta información, como por

ejemplo es, por ejemplo. Una entidad que es pública va a haber un corte de agua en un distrito si nosotros simplemente nos basamos y publicamos esa información en la página web y esperamos que todos los ciudadanos conozcan y sería ponernos la soga al cuello. Sería recibir un montón de quejas de los ciudadanos porque esa información no se comunicó por otros medios, que es mucho más fácil acceso, como, por ejemplo, Facebook, Instagram, Twitter. Si bien es cierto, no vamos a llegar a toda la población, estaremos ocupando la mayor de las redes sociales. Estaremos ocupando la mayor cantidad de redes sociales para poder lograr informarle al ciudadano sobre las acciones que se van a realizar. Claro, sientes que puedes expresar lo que deseas en redes sociales. Bueno eh, las redes sociales ya cuentan con un mecanismo de un filtro, ¿no? O sea, en ese orto nuestra expresión es pura nuestra expresión es pública, hay tenemos que sentirnos limitados o tenemos que también regularnos, porque hay personas que son mucho más sensibles. Hay niños que realizan las páginas. No. En las decisiones se toman por grupos de poder o persona con grupos pequeños que toman decisiones. Nosotros lo hemos visto en la marcha. Esta última marcha que hubo con la toma de la toma de Lima. Si bien es cierto nosotros en red mostramos nuestro rechazo, nuestra disconformidad con la situación política actual no se ve reflejado en la toma de decisiones. Eso se ha reflejado en el mismo Palacio. Entonces no hay mayor impacto en el fortalecimiento de la voz en los ciudadanos. No, no veo ningún cambio. Pero sí siento que esto aquí es una posibilidad. Las redes que se ve es una posibilidad a poder nosotros estar más en contacto y ser más participe en las tomas de decisiones.” (CÓDIGO09)

“Y no solo de tal vez de forma individual, sino mayormente es colectiva, como ya vuelvo a mencionar otra vez sobre las instituciones. Ahora más están también tratando de sacar nuevos videos o tal vez imágenes donde mmm muestran a sus a la población. O sea, ya hay bastante identidad, así que sí, el empoderamiento poco a poco está creciendo. Sí, De hecho, sí, y que bueno que los jefes o los que están a cargo de ciertas comunidades. Es así estén tratando de bueno volver los líderes, a cada uno de ellos. Eh también otra pregunta es que si sientes que puedes expresar lo que deseasen redes sociales. Sí, pero también hay algunas limitaciones, o sea, Facebook de todos sabemos que sí nos permite no comunicar, decir lo que pensamos y todo, perotambién hay sanciones, porque eh, cierto, no recuerdo tanto. Eh bueno, vendría a ser como para el para que ellos se puedan expresar, en este caso sería. Como la. opinión, importa algo así, vendríamos a ponerlo aquí. Y sí, es importante y como ya hablábamos cada día, cada vez cada año se está. Las personas están tratando de mostrarse a través de videos bastante, ahora vemos no y las luchas y todo y yo así que es muy importante el papel que está tomando. Bien y sientes que gracias a las redes sociales tú, por ejemplo, te sientes escuchada. La verdad, no, no suelo tal vez publicar algunas ideas o algo así, pero me siento que ahora te sientes escuchados, aveces sí, porque pone los hombres salen publicaciones que yo sí quisiera ver. Escucho, por ejemplo, en el en el rango de la política, más que todo, claro también sí las últimas noticias, como que ya ahí están publicadas Y te vas enterando, no te vas nutriendo y sí es interesante.

A los beneficios que nos damos a conocer y estamos tratando cada vez aprender un poco más sobre el mundo digital. Mientras los desafíos vienen a hacer que hay casos en los que hay malas personas o los haters que empiezan a comentar y dañan pues a la persona, porque mayormente el daño viene a ser emocional.

Y, así que eso es un desafío, pues no y algo negativo también para las personas que están dentro del mundo de las redes sociales.” (CÓDIGO10)

“Papel comunicación. Así que miles de personas sepan tu opinión Se usa ese medio para poder, por ejemplo, expresar. Tú opinión política. No solamente aquí, sino en todo el Perú.” (CÓDIGO13)

“Anteriormente, las formas de comunicación de las personas eran por la radio, la tele de alguna otra manera. El ciudadano ya no podía interactuar porque se limita, no limita los medios tradicionales, solamente dan información más, no hacen que el ciudadano se participa. O haga sus quejas qué sé yo no sus preguntas, no, pero hoy en día las redes sociales se han convertido, podría decirse, con un medio alternativo en el cual de que hoy en día cualquier información, así como tú dices, no cualquier noticia que pase ya, pues ya te ya estás enterado ya sin necesidad de haber escuchado una radio sin necesidad de haber buscado algún, no se puede por un canal no hay buscar un canal de televisión y un programa x no para que tú te enteres, digamos sobre entonces en relación a esto, no hoy en día los ciudadanos. Tienen mayor participación. Eso es lo que yo he visto, sobre todo en comentarios sentí toja sea en YouTube, sea en Facebook participan más e incluso, o sea, hacen sus comentarios, sus quejas, Consejo, o sea, positivo o negativo, no en la relación esto, o sea a nivel personal, o sea, en tu caso no sé cuál será tu forma, por eso de interactuar con las redes sociales e incluso te he preguntado.” (CÓDIGO14)

“Sí, justamente, como respondí a la primera pregunta, no, De hecho, tengo experiencias al menos de parte de mi madre de mi hermana, que han hecho reclamos en redes sociales. No sé de salud, por ejemplo, y pudieron ser escuchadas gracias a eso al a su publicación a su queja supongo por qué hay alguien atento, ahí temía que se haga viral no y que recibir mal quejas y todo eso, entonces gracias a eso pudieron darle una mejor atención a mi madre, por ejemplo, entonces sí, creo que eso ayuda a que a que seamos escuchados, no porque de otra forma, eh, no, pues antes no existía eso y tenías que llamar, tenías que estar buscando, pero como todo quedaba en algo, digamos bilateral, como que tú pones una queja y el otro te escuchas, bueno, queda ahí, no y a veces no te hacían caso porque ya no pasaba a mayores.” (CÓDIGO 01)

“No necesariamente me siento más escuchado, pero siento que al menos tenemos este medio para dar a conocer nuestra opinión, ¿no? Y es más fácil para las personas, como te dije, es un rato, hace política o trata de buscar cambios, tal vez no tenga un impacto muy grande si solo es una persona, pero cuando se juntan este tipo de comentarios, opiniones, creo que recién ahí.” (CÓDIGO 02)

“Eh, sinceramente, a veces vigilada porque quiero que la información que consigno es una huella, ¿no? Es una huella que va a quedar ahí, de manera inmortal. Así pase el tiempo. Entonces como que lo mismo se pone en parámetros al momento de consignar información en las redes.” (CÓDIGO 06)

b) Libertad y las redes sociales.

Según Valenzuela, et. al. (2016)., las redes sociales hacen creer a los usuarios que tienen el poder, pero solo esto es en apariencia. Se cree que dentro de este espacio en la Web el usuario es libre y no está regido bajo una institución, pero es libre en el sentido de la elección que podemos realizar, es decir, solo es libre ya que puede determinar qué compartir y qué no. Pero de igual manera está regido por una institución, por una simulación de la realidad, es una esfera virtual lo que se genera a través de las redes sociales y los usuarios son una extensión de esa virtualidad. Esta extensión del individuo solo es a través del sentido de la vista, el usuario se enfoca en la imagen que se presenta en la red social, por lo mismo se crea un ambiente a partir de un régimen escópico, es lo estético lo que produce que el usuario considere cierta

información como verídica o no. Lo primero que recibe el usuario de la red social es el estímulo visual, por lo que la extensión que se produce del sujeto no es real, sino que es una simulación, no existe una línea divisoria clara entre lo verdadero y lo falso. Es por esto que se puede concluir que todos los sujetos encuestados dudan de la veracidad de lo expuesto en las redes sociales.

“Yo no porque sí temo mucho lo que piensen los demás y la gente común, como claro no hay filtros para nadie, es cierto, pero al menos desde mi perspectiva sí me cohíbo un poco, porque justamente nadie está vetado, ¿no? Y pueden, como puede ser que un comentario lo malinterpreten y de pronto, pues haya un ciberbullying, no, entonces sí. Yo al menos no, no, no, no, no me siento plenamente libre.” (CÓDIGO01)

“Puede ser a veces, porque claro, sí se ve, pues no los likes y los comentarios que dejas en tus contactos pueden tener un fácil acceso a eso, pero más allá de eso. Creo que no, no o bueno, tal vez tal vez claro por esta cosa que dicen no de que comentas algo en casa y de pronto eso te aparece en las redes sociales como publicidad tal vez o en tu buscador de Facebook pones algo y luego te empiezan a bombardear con eso en Instagram en todas las redes conectadas que tienes o en WhatsApp mismo. No, no, sí, yo creo que sí, la respuesta es sí.” (CÓDIGO01)

“No me siento vigilado. Mhm me siento relativamente libre. Pero sí, con esas limitaciones de que no siempre puedes poner todo, absolutamente todo lo que piensas.” (CÓDIGO02)

“Eh yo creo que sí, puedo expresar lo que opino de las redes, pero si hay un filtro, o sea, no puede consignar información. Pero el filtro no solo es institucional, no, sino también es social. Ahora el difundirse más las redes sociales, entonces también te sometes al escrutinio. Entonces como que tienes que saber qué es lo que vas a publicar o no, pero no he visto que he notado es que las instituciones mismas te bloquean los comentarios o te los oculta.”

Se le subestima al momento de generar una opinión política social en diversas temáticas, pero el mundo con las redes que no es así, no, en realidad lo que faltaba era la oportunidad y el acceso, entonces las redes siguen a otras personas que quieren expresar sus opiniones. Y sí considero que es Ah mejorado. Hay un papel fundamental de las redes en el aspecto político y social.” (CÓDIGO06)

“Vigilada o sí también esto nace porque hay escucha. También por ahí no decir a mis amistades que de pronto, ¿cómo es que WhatsApp con TikTok con Facebook que estén conectados y te empiezan a salir videos, por ejemplo, en WhatsApp estás hablando de temas sentimentales o algo así? De pronto TikTok ya te empieza a lanzar videos tristes o tal vez de psicólogos hablándote y muchas cosas más igual en Facebook te empiezan a salir esas cosas y luego entendí que eso es parte de los algoritmos que existen y sí pues, nos tienen vigilados de alguna u otra forma, pero no es que les importé nuestra vida, sino es parte también de estar más conectados con las personas, con los usuarios, en ese caso con nosotros.” (CÓDIGO10).

Este estudio es exploratorio, los usos de Internet son otra cuestión importante que aún debe abordarse a profundidad. Por lo tanto, sin duda sería aconsejable realizar más análisis utilizando más datos en el futuro.

14.0 Discusión

La investigación versa sobre la desigualdad digital y las redes sociales desde el 2019-2022. Después de la pandemia por COVID-19 el proceso de digitalización se incrementó en los ministerios -salud, trabajo, educación y transporte- de manera decisiva. Proceso de ciudadanía digital que significó el desarrollo de los derechos que conllevan la expansión de los derechos sociales referidos al acceso a los servicios públicos, los derechos cívicos en relación a las informaciones y los derechos políticos en la evaluación de los contenidos institucionales difundidos. También, dicho proceso de ampliación de la ciudadanía implicó el desarrollo de brechas digitales pronunciadas, especialmente entre los usuarios con menos educación, menos ingresos económicos y mayor edad. Además, el examen de los emoticones de la red social Facebook, la más utilizada, permite una aproximación a la gestación de un cuadro emocional polarizado en la ciudadanía, entre los que gustan y aceptan la información de las redes y aquellos a los que les molestan y entristecen los mismos contenidos.

Castells (2009) aborda el desarrollo de la ciudadanía que nos introduce a las formas de comunicación bajo la hegemonía de las formas virtuales entre los ciudadanos del siglo XXI; Robles y Córdoba (2019) examinan la comunicación política ampliando la opinión pública en red que posibilitan su desarrollo digital. Y Kellner (2006) ha discutido la importancia de la ciudadanía crítica en la era digital, la capacidad de analizar y cuestionar los mensajes y comprender cómo se utilizan estos contenidos en su influencia en la sociedad. Por otro lado, la ciudadanía digital trae la constitución de brechas digitales, la investigación apunta su desarrollo teórico con los aportes de Camacho (2006) que relaciona la desigualdad social con el desarrollo de las tecnologías de información y comunicación (TIC), generando diferencias en las oportunidades digitales y distancias sociales entre las poblaciones. En cambio, Robles et al. (2012) delinear particularmente las variables sociodemográficas con la participación política en las redes sociales. Para Norris (2015) las diferencias digitales no sólo implicarían la distribución desigual de los beneficios que conllevan los usos políticos de internet, sino que también tendría importantes consecuencias en términos de la ciudadanía. En cuanto al papel de las emociones en las conductas sociales (Sandal 2020) y prácticas políticas (Nussbaum 2014; Illouz 2023) han desarrollado estudios de su influencia en el comportamiento en las redes sociales; la experiencia emocional se vincula estrechamente con la capacidad para gestionar las redes digitales (Bazarova et. Al) y Arias (2006) analiza de manera interrelacionada digitalidad y emocionalidad como fenómenos esenciales para comprender la dinámica de cambio que experimentan las sociedades contemporáneas.

En ese sentido, la pesquisa permitió corroborar el conjunto de hipótesis formuladas en el proyecto de investigación, para ello desarrolló una investigación longitudinal y recurrió a una encuesta *pre-test*, entrevistas en profundidad y Big data de Facebook.

15.0 Conclusiones

En lo relativo al impacto del Covid-19 en las dinámicas ciudadanas, en estos casos de estudio se muestra que la pandemia ha impulsado el uso de redes sociales y servicios electrónicos en instituciones gubernamentales como las páginas Web y Facebook de los Ministerios. Estas plataformas se han convertido en canales vitales para la comunicación y difusión de información a la ciudadanía, permitiendo un mayor acercamiento con los ciudadanos y contribuyentes. Es decir, se observa un incremento notable en las interacciones y seguidores en las redes sociales después de la pandemia. Esto indica que las plataformas digitales se volvieron esenciales para acceder a información actualizada y mantener la comunicación cuando no se podía acceder a estos servicios de manera presencial. Es decir; uno de los aspectos a resaltar son los cambios a los que ha conllevado la situación de la pandemia, en lo que se ha denominado "nueva normalidad", que implica una mayor integración de la tecnología digital en la vida cotidiana.

En los estudios estudiados se ilustra cómo la brecha democrática (desigualdad digital) puede afectar a la ciudadanía en las redes sociales en relación a cómo se informan e interactúan (participación política digital) con las instituciones gubernamentales. En concordancia con la Teoría de Participación Política, los ciudadanos pueden y deben involucrarse en la toma de decisiones políticas, la formulación de políticas públicas y la gestión de asuntos comunes. La participación ciudadana puede manifestarse a través de la votación, la participación en debates públicos, la acción directa y otras formas de involucramiento cívico.

Además, este estudio confirma cómo la brecha democrática puede influir en la información y en el acceso a la información. Quienes con menor acceso a la tecnología o habilidades digitales pueden tener dificultades para obtener información relevante, lo que afecta su capacidad para cumplir con sus responsabilidades y/o beneficios ciudadanos, siendo una de las variables fundamentales consideradas: ubicación geográfica (costa/sierra/ selva), nivel socioeconómico y educación.

El análisis de las emociones en las redes sociales revela la creciente importancia de la dimensión afectiva en la interacción digital. Esto subraya que el entorno digital no es meramente un medio de comunicación, sino un espacio que influye en la experiencia y subjetividad de los usuarios. Las redes sociales, en particular, se erigen como plataformas fundamentales de sociabilidad. Los emoticones utilizados reflejan una amplia gama de emociones, desde aprobación hasta desacuerdo y asombro. Esto sugiere que los usuarios no solo consumen la información, sino que también la evalúan y reaccionan emocionalmente ante ella.

A pesar de esto últimos, las emociones identificadas a través de los emoticones proporcionan valiosa información sobre la percepción y respuesta emocional de los usuarios. Esto, en todo caso, no determina que todos los servicios prestados en la red social de la entidad sean óptimos como tal, sino que están probablemente más relacionados con el carácter más procedimental de los mismos, aunque sí es necesario señalar que las reacciones más viscerales o críticas como el sarcasmo de "Me Divierte" o el "Me Enoja" no son mayoritarios, especialmente en el periodo posterior a la pandemia.

En todo caso, también hay que notar que las opciones de emoticones en plataformas como Facebook están predeterminadas y no abarcan todas las emociones humanas. Por ejemplo, la ausencia de un emoticón para expresar miedo puede limitar la capacidad de los usuarios para comunicar ciertos sentimientos que fueron predominantes durante los momentos más críticos de la pandemia. Esto subraya la necesidad de considerar las limitaciones de las herramientas digitales al analizar las emociones en línea. A pesar de ello, las emociones identificadas a través de los emoticones y comentarios proporcionan valiosa información sobre la percepción y respuesta emocional de los usuarios ante la información presentada por los Ministerios.

Se puede concluir en este estudio que los ciudadanos tienden a extremar sus actitudes y afectividades en los debates públicos digitales en redes, en consonancia con las posiciones de otros usuarios.

En el caso del análisis de las palabras recurrentes en los mensajes, se destaca la presencia predominante de términos de carácter neutral a lo largo de los cuatro periodos en todos los periodos. Esto se refleja en el uso frecuente de nombres personales y la orientación hacia la acción a través del uso prevalente de verbos en infinitivo, como es el caso de la palabra "usar". Los nombres personales suelen aparecer constantemente, pues muchos usuarios etiquetan a otros en contenidos que, a su parecer, les puede resultar de utilidad. Este enfoque en la neutralidad y la difusión podría sugerir una forma de aproximarse a los contenidos a las

redes sociales de los Ministerios como partes de una plataforma de interacción directa con la oferta de los servicios a ciudadanos por medios electrónicos.

16.0 Referencias

Abramowitz, A. I. y Webster, S. W. (2018). Negative Partisanship: Why Americans Dislike Parties but Behave Like Rabid Partisans. *Political Psychology*, 39 (51), 119- 135. <https://doi.org/10.1111/pops.12479>

Allcott H. y Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211 ¿236. DOI: 10.1257/jep.31.2.211

Amor, M., Monge, A., Talamé, M. L., y Cardoso, A. (2020). Clasificación de sentimientos en opiniones de una red social basada en dimensiones emocionales. *Revista Digital del Departamento de Ingeniería e Investigaciones Tecnológicas de la Universidad Nacional de la Matanza*, 5(1), 13. <https://reddi.unlam.edu.ar/index.php/ReDDi/article/view/113/241>

Ardini, C., y Nahúm, H. (2020). El uso del big data en política o la política del big data. *Comunicación y Hombre* (16), 225-240. <https://pruebasrevistas.ufv.es/index.php/comunicacionyhombre/article/view/604>

Arfuch, L. (2016). El `giro afectivo`. Emociones, subjetividad y política. En C. Peñarín (Coord.), *Emociones en la nueva esfera pública*, 245-253.

Arias Maldonado, M. (2016). La digitalización de la conversación pública: redes sociales, afectividad política y democracia. *Revista de Estudios Políticos*, 173, 27–54. <https://doi.org/10.18042/cepc/rep.173.01>

Arfuch, L. (2016). El `giro afectivo`. Emociones, subjetividad y política. En C. Peñarín (Coord.), *Emociones en la nueva esfera pública*, 245-253.

Attewell, P. (2001). La primera y segunda brecha digital. *Sociología de la Educación*, 74, 252-259.

Ayala, T. (2014). Redes sociales, poder y participación ciudadana. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, (26), 23-48. <https://www.redalyc.org/pdf/459/45931862002.pdf>

Ayala, T. (2011): "El aprendizaje en la era digital". *Revista Electrónica Diálogos Educativos*, 21, 11, pp. 1-18.

Balcells, J. and Cardenal, A. S. (2013). ¿Internet and Electoral Competition: The Case of Esquerra Republicana de Catalunya? *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 141: 3-28.

Baumeister, R., Bratslavsky, E., Finkenauer, C. y Vohs, K. D. (2001). Bad is stronger than good. *Review of General Psychology*, 5, 323-370. DOI: <https://doi.org/10.1037/1089-2680.5.4.323>

Baym, N.K. (2015). *Conexiones personales en la era digital*. John Wiley e hijos.

Benkler, Y. (2015). *La riqueza de las redes. Cómo la producción social transforma los mercados y la libertad*. Madrid Icaro.

Benítez Larghi, S. (2017). Desigualdades 2.0: un estudio cualitativo sobre los vínculos entre desigualdad social y desigualdad digital. Disponible en: https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.10644/ev.10644.pdf

Benkler, Y. y Nissenbaum, H. (2006), ¿Commons-based peer production and virtue? Journal of Political Philosophy, 14 (4): 394-419.

Bennett, W.L. y Livingston, S. (2018). El orden de la desinformación: la comunicación disruptiva y el declive de las instituciones democráticas. Revista europea de comunicación, 33 (2), 122-139. DOI: <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>

Bennett, W. L. y Segerberg, A. (2013), The logic of connective action: digital media and the personalization of contentious politics. Nova York, Cambridge University Press.

Bennett, W. L., y Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. Information Communication and Society, 15 (5), 739-768. DOI: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>

Boler, M. y Davis, E. (2018). The affective politics of the post-truth era: Feeling rules and networked subjectivity. Emotion, Space and Society, 27, 75-85. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.emospa.2018.03.002>

Bourdieu, P., y Richardson, J. G. (1986). Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. The forms of capital, 241, 258.

Bouvier, G. (2020). From `echo chambers` to `chaos chambers`: discursive coherence and contradiction in the #MeToo Twitter feed. Critical Discourse Studies, 19 (2), 179-195. DOI: <https://doi.org/10.1080/17405904.2020.1822898>

Boxell, L.; Gentzkow, M. y Shapiro, J. M. (2017), Is the internet causing political polarization? Evidence from demographics. Washington, National Bureau of Economic Research.

Bradshaw, S. y Howard, P. N. (2018). Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation. Available at. <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wpcontent/uploads/sites/93/2018/07/ct2018.pdf>

Brady, W. J., Wills, J. A., Jost, J. T., Tucker, J. A. y Van Bavel, J. J. (2017). Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks. Proceedings of the National Academy of Sciences, 114 (28). DOI: <https://doi.org/10.1073/pnas.1618923114>

Blog F. (2012): "Cultura Snack". *FINSI, Formación de diseño y tecnología*. <http://www.grupofinsi.com/blog.asp?vcblog=630>

Baudrillard, J. (1977). Cultura y simulacro. Barcelona: Editorial Kairós.

Camacho, K. (2006) La brecha digital. Disponible en: <http://vecam.org/article550.html>.

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

Castells, M (1997). La Era de la Información: la Sociedad Red, Madrid, Alianza Editorial.

Castells, M. (1996). The rise of the network society (Vol. 1). Wiley-Blackwell.

Castells, M. (1995). *La ciudad informacional: tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano regional*. Madrid, Ed. Alianza

Castillo-de-Mesa, J., Méndez-Domínguez, P., Carbonero-Muñoz, D., y Gómez-Jacinto, L. (2021). Homophilia, Affective polarisation and misinformation on Twitter. Case study on the #Openarms migration crisis. *Redes. Revista Hispana Para El Análisis de Redes Sociales*, 32(2), 153. DOI: <https://doi.org/10.5565/rev/redes.91>

Carr, N. (2011). *Superficiales: ¿qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Taurus.

Cerezo, J. (2018): "La era de la información fragmentada". *Telefónica Fundación*. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero076/la-era-de-la-informacion-fragmentada/>

Chadwick, A. (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. University Press.

CNMC (2022). Último Panel de Hogares de la CNMC. <https://www.cnmc.es/prensa/panel-de-hogares-rsultados-OTT-20220520>

Cook, J., Lewandowsky, S. y Ecker, Reino Unido (2017). Neutralizar la desinformación a través de la inoculación: Exponer técnicas de argumentación engañosas reduce su influencia. *PloSuno*, 12 (5), e0175799.

Cruz (2022). *El Big data de las redes sociales*. Digital Publisher. DOI: [org/10.33386/593dp.2022.4-1.1239](https://doi.org/10.33386/593dp.2022.4-1.1239)

Cubas, J., Soria-Olivas, E., Llosa, Á., y Buendía, V. (2020). La agenda building de los partidos políticos españoles en las redes sociales: Un análisis de Big data. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 1(6), 253-274. <https://revistadigitos.com/index.php/digitos/article/view/165>

Dahlgren, P. (2018). La participación en línea en la esfera pública. Las ambigüedades del afecto. In *Mediaciones De La Comunicación*, 13(1), 25-47 <https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion/article/view/2824>

Dahlberg, L. (2014). The Habermasian public sphere and exclusion: an engagement with poststructuralist-influenced critics. *Communication Theory*, 24(1), 21-41.

Dahlgren, P. (2005). The Internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation. *Political communication*, 22(2), 147-162. <https://doi.org/10.1080/10584600590933160>

Damasio, A. (1999) *The Feeling of What Happens: Body and Emotion in the Making of Consciousness*. First edition. Harcourt Brace.

Dahlgren, P. (2009). *Media and political engagement: Citizens, communication, and democracy*. Cambridge University Press.

Dahl, R. A. (1989). *Democracy and its critics*. New Haven, CT: Yale University Press

Digital 2022 Global Overview Report (2022). Disponible en: <https://branch.com.co/marketing-Disponibledigital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-peru-en-el-2021-2022/>

Ebbers, W. E., Jansen, J., y van Deursen, A. J. (2016). Impact of the digital divide on e-government: Expanding from channel choice to channel usage. *Government Information Quarterly*, 33(4), 685-692. [Doi: 10.1016/j.giq.2016.08.001](https://doi.org/10.1016/j.giq.2016.08.001).

El peruano (2021). Crece interacción de audiencia digital en el Perú. <https://elperuano.pe/noticia/143319-crece-interaccion-de-audiencia-digital-en-el-peru>

Elster, J. (2010). La explicación del comportamiento social. *La explicación del comportamiento social*, 1-512.

Gallardo, B. y Enguix Oliver, S. (2014). Estrategias de encuadre discursivo en periodismo político: análisis de un corpus de titulares.

Gallardo, B. y Enguix, S. (2016). Pseudopolítica: el discurso político en las redes sociales. Valencia: Universitat de València.

Gauja, A. (2018). Party organization and personalization. In: Cross WP, Katz RS and Pruyers S (eds) *The Personalization of Democratic Politics and the Challenge for Political Parties*. London: ECPR Press, 125-142.

Gentzkow, M. (2016), Polarization in 2016. Toulouse Network of Information Technology White Paper.

Gervais, B. T. (2015), ¿Incivility online: affective and behavior al reactions to uncivil political posts in a web-based experiment? *Journal of Information Technology y Politics*, 12 (2): 167-185.

Giant, N. (2016). *Ciberseguridad para la i-generación: Usos y riesgos de las redes sociales y sus aplicaciones* (Vol. 206). Narcea Ediciones.

Gibson, R. K., y Rommele, A. (2014). Can the internet revolutionize political campaigns? *Information, Communication and Society*, 17(4), 472-484. Doi: 10.1080/1369118X.2013.871325

Gibson, R. y Ward, S. (2009). Fiestas en la era digital: un artículo de revisión. *Representación*, 45 (1), 87-100.

Gil de Zúñiga, H., Jung, N., y Valenzuela, S. (2012). Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 319-336. [Doi: 10.1111/j.1083-6101.2012.01574. x](https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x).

Giddens, A. (1990). *The consequences of modernity*. Stanford University Press.

Godoy, D., y González, L. (2019). Big data para la priorización de zonas de atención a emergencias causadas por inundaciones en Bogotá Colombia: uso de las redes sociales. Tesis de Grado, Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales, Ingeniería Geográfica y Ambiental. <https://core.ac.uk/download/pdf/326428196.pdf>

Goffman, E. (2003), *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu.

González, C. (2018): "La importancia del contenido multimedia en la educación". *Emagister*. <https://www.emagister.com/blog/la-importancia-del-contenido-multimedia-la-educacion/>

- Gunkel, D.J. (2003). Second thoughts: toward a critique of the digital divide. *New media y Society*, 5(4), 499-522. http://ww.gunkelweb.com/articles/digital_divide.pdf
- Guevara, J.A., Gómez, D., Robles, J.M., y Montero, J. (2020). Measuring polarization: A fuzzy set theoretical approach. In M. Lesot, S. Vieira, M.
- Guevara, JA, Atienza-Barthelemy, J., Gómez González, D., y Robles, JM (2023). Polarización e incivismo en los debates digitales sobre los derechos de las mujeres en España. No es solo una cuestión machista. *Revista de Estudios de Género*, 32 (1), 18-32. <https://doi.org/10.1080/09589236.2021.1960153>
- Gunkel, D.J. (2003). Second thoughts: toward a critique of the digital divide. *New media y society*, 5(4), 499-522. http://ww.gunkelweb.com/articles/digital_divide.pdf
- Gutiérrez, I., Santos, D., Castro, J., Gómez, D., Espínola, R., y Guevara, JA (2022). Sobre la importancia de las características de medición en los modelos de Machine Learning en un escenario de representación bidimensional. Conferencia internacional IEEE sobre sistemas difusos (FUZZ-IEEE) ,1-9. [DOI: 10.1109/FUZZ-IEEE55066.2022.9882566](https://doi.org/10.1109/FUZZ-IEEE55066.2022.9882566).
- Haidt, J. y Hetherington, M. J. (2012). Look how far we've come apart? *The New York Times*
- Han, B. C. (2014). *En el enjambre* (1 ed). Herder Editorial. <https://acortar.link/txtgrq>
- Hargittai, E. (2010). ¿Nativos digitales? Variación en las habilidades y usos de Internet entre los miembros de la generación de la red. *Investigación sociológica*, 80 (1), 92-113. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1475-682X.2009.00317.x>
- Heaney, J. (2019). Emotion as power: capital and strategy in the field of politics. *Journal of Political Power*, 12(2): 224–244. <https://doi.org/10.1080/2158379X.2019.1618485>
- Helsper, E. J. (2016). A sociological approach to digital literacy: Understanding social networking as a cultural practice. *New Media y Society*, 18(4), 593-610. [Doi: 10.1177/1461444814538839](https://doi.org/10.1177/1461444814538839).
- Henrik, M. and Kraus, M. (eds.) *Scandology: An Interdisciplinary Field*. Köln: Herbert von Halem. 62–87.
- Herbst, S. (2010). *Rude democracy: civility and incivility in American politics*. Philadelphia, Temple University Press.
- Hetherington, M. J., y Weiler, J. D. (2009). *Authoritarianism and polarization in American politics*. Cambridge University Press.
- Hochschild, A. R. (2016). *Strangers in their own land: Anger and mourning on the American right*. The New Press.
- Hölscher, T. (1978). Die Anfänge römischer Repräsentationskunst. *Mitteilungen des deutschen archäologischen Instituts, römische Abteilung*, 85, 315-357.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.

Kahneman, D. (2011): Thinking, Fast and Slow: Penguin, 496.
<https://link.springer.com/article/10.1007/s00362-013-0533-y>

Kellner, D. (2000). Habermas, the public sphere, and democracy: A critical intervention. In L. J. Ray y A. S. Rantanen (Eds.), Global politics and communication (pp. 31-51). Boulder, CO: Westview Press.

Kliksberg, B. (2012). Por más ética empresarial. Como enfrentar la pobreza y desigualdad. I-IV). Biblioteca Bernardo Kliksberg, UNESCO.

Koschut, S., Hall, T. H., Wolf, R., Solomon, T., Hutchison, E. y Bleiker, R. (2017) Discourse and emotions in international relations. *International Studies Review*, 19(3): 481-508.
<http://eprints.gla.ac.uk/140498/7/140498.pdf>

Kruikemeier, S., Zuiderveen Borgesius, F., y de Vreese, C. H. (2018). Micro-targeting and hyper-targeting: An overview of political advertising in the Netherlands. *The International Journal of Press/Politics*, 23(3), 324-344. [Doi: 10.1177/1940161218772492](https://doi.org/10.1177/1940161218772492).

Lazarsfeld, P. F. y Merton R. K. (1954), "Friendship as a social process: a substantive and methodological analysis". In: Berger, M.; Abel, T. y Page, C. H. (eds.). *Freedom and control in modern society*. Nova York, Octagon Books, 18-66.

Lee, Y. K., y Porumbescu, G. A. (2019). The mediating role of political efficacy in the relationship between digital media use and political participation. *Telematics and Informatics*, 39, 112-121. [Doi: 10.1016/j.tele.2018.11.006](https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.11.006).

Lelkes, Y. (2016), "Mass polarization: manifestations and measurements". *Public Opinion Quarterly*, 80 (S1): 392-410.

Levy, S., Saxon, M. y Wang, WY (2021). Investigar la memorización de teorías de conspiración en la generación de texto. <https://arxiv.org/pdf/2101.00379.pdf>

Lin, J. (2015). Sobre la construcción de mejores trampas para ratones y la comprensión de la condición humana: Reflexiones sobre Big data en las ciencias sociales. *Los Anales de la Academia Estadounidense de Ciencias Políticas y Sociales*, 659 (1), 33-47. DOI: <https://doi.org/10.1177/0002716215569174>

Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy, and self-expression. *New Media y Society*, 10(3), 393-411.

Loader, B. D., y Mercea, D. (2011). Networking democracy? Social media innovations and participatory politics. *Information, Communication & Society*, 14(6), 757-769. [Doi: 10.1080/1369118X.2011.592648](https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.592648).

López-Meri, A., Marcos-García, S., y Casero-Ripollés, A. (2017). What do politicians do on Twitter? Functions and communication strategies in the Spanish electoral campaign of 2016. *El profesional de la información*, 26(5), 795-804. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.02>

Lutz, C., Hoffman, L., y Meckel, M. (2014). Politics on Twitter: Mapping German parliamentarians' online networks. *Information, Communication y Society*, 17(7), 802-820. [Doi: 10.1080/1369118X.2013.875394](https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.875394).

Marcos-García, S., Alonso-Muñoz, L. y López-Meri, A. (2020). Extending influence on social media: The behavior of political talk-show opinion leaders on Twitter. *Communication and Society*, 33(2), 277-293. <https://doi.org/10.15581/003.33.2.277-293>

Margolis, M. and Resnick, D. (2000). *Politics as Usual: The Cyberspace "Revolution"*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Mateus, S. (2019). The Double Instance of the Political. Imaginary – affects as rhetorical means and structure. *Im@go*, 14, 285–302. <https://doi.org/https://doi.org/10.7413/22818138160>

Maroñas, T. (2018): "Educación En La Era Digital". *Educaticos*. <https://www.educadictos.com/escuela-2-0-la-educacion-en-la-era-digital/>

Martínez, M. (2019):" ¿Cómo es el acceso a internet en el mundo?". *Blog Oficial de Orange*. <http://blog.orange.es/noticias/acceso-internet-mundo/>

Marwick, AE y Boyd, D. (2014). Privacidad en red: cómo los adolescentes negocian el contexto en las redes sociales. *Nuevos medios y sociedad*, 16 (7), 1051-1067.

Mejía Navarrete, J. (2021). *Libertad de expresión, redes sociales y modernidad*. Tradición, N° 21, pp. 11-122.

Mesa, C. (2015). Gestión de las redes sociales en la administración pública del Perú: espacio de innovación para una mejor relación Estado ciudadano. In Lima: XX Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública.

Min, S. J. (2010). Internet use and political efficacy: A multi-dimensional operationalization and assessment. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 299-308. [Doi: 10.1016/j.chb.2009.10.014](https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.10.014).

McIntyre, L. (2018). Posverdad. Prensa MI. <https://acortar.link/T0yn1u>

Miguel, S., y Aced, C. (2020). Big data: la revolución de los datos y su impacto en la comunidad corporativa. *Comunicación y Hombre*. <http://hdl.handle.net/10234/186974>

Moeller, SD, Powers, E. y Roberts, J. (2012). El mundo desconectado y 24 horas sin medios: alfabetización mediática para la conciencia crítica de los jóvenes. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 20 (39), 45-52.

Mohammad, S. M., y Turney, P. D. (2013). Crowdsourcing a word emotion association lexicon. *Computational Intelligence*, 29(3), 436-465. <https://doi.org/10.1111/J.1467-8640.2012.00460.X>

Molyneux, L. and Mourao, R. (2017). ¿Political Journalists? Normalization of Twitter: Interaction and New Affordances. *Journalism Studies*, 20(1): 1-19. [DOI: 10.1080/1369118X.2012.670661](https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661)

Neyazi, T. A. (2019). Digital Propaganda, Political Bots and Polarized Politics in India. *Asian Journal of Communication*, 30(1): 39-57. DOI: 10.1080/01292986.2019.1699938

Norris, P., y Inglehart, R. (2019). *Cultural backlash: Trump, Brexit, and authoritarian populism*. Cambridge University Press.

Norris (2001) introduce una concepción de la brecha digital que, de forma pionera, considera los efectos del uso político de Internet como un elemento axiológico de las desigualdades tecnológicas.

Nussbaum, M. C. (2014). Las emociones políticas ¿Por qué el amor es importante para la justicia? (1a ed.). Paidós.

Pace, A. (2014): "De la hiperconexión a la desconexión digital". *Universidad Nacional de la Matanza*. pp 1-60.
https://www.academia.edu/28289717/De_la_Hiperconexi%C3%B3n_a_la_Desconexi%C3%B3n_Digital-Lic_Anahi_S._Pace.pdf

Paasonen, S. (2016). Fickle focus: Distraction, affect and the production of value in social media. *First Monday*, 21(10). DOI: <https://doi.org/10.5210/fm.v21i10.6949>

Papacharissi, Z. (2016). Affective publics and structures of storytelling: sentiment, events and mediality. *Information Communication and Society*, 19(3), 307-324. DOI: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1109697>

Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics, sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.

Papacharissi, Z. y a Oliveira, M. F. (2012). Affective News networked publics: The rhythms of news storytelling on #Egypt. *Journal of communication*, 62 (2): 266-282. DOI: <https://doi.org/10.1111/J.1460-2466.2012.01630.X>

Papacharissi, Z. (2004), ¿Democracy online: civility, politeness, and the democratic potential of online political discussion groups? *New Media and Society*, 6 (2): 259-283.

Park R. E. y Burgess E. W. (1921), *Introduction to the Science of Sociology*. Chicago, University Chicago Press.

Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon y Schuster.

Plutchik, R. (1994). *The psychology and biology of emotion*. Harper Collins.

Poctzin, J. (2020). Sentencias de control del programa. Universidad tecnológica del estado de México. <https://n9.cl/piodx>

Quiroz, J. E. S., y Lázaro-Cantabrana, j. I. (2020). La competencia digital de la ciudadanía, una necesidad creciente en una sociedad digitalizada. *EDUTEC. revista electrónica de tecnología educativa*, (73), 37-50.
<https://www.edutec.es/revista/index.php/edutece/article/view/1743>

Rains, S. A.; Kenski, K.; Coe, K. y Harwood, J. (2017), ¿Incivility and political identity on the internet: inter group factors as predictors of incivility in discussions of news online? *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22 (4): 163- 178.

Ragnedda, Massimo and Ruiu, Maria (2017) El capital social y los tres niveles de la brecha digital. En: *Teorizando las Brechas Digitales*. Routledge Avances en Sociología. Taylor & Francis, Abingdon, 21-34. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315455334-3>

Reformat, J. Carvalho, A. Wilbi, y B. B.-M. R. Yager (Eds.), Information processing and management of uncertainty in knowledge-based systems pp. 510-522. Springer. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-50143-3_40

Rheingold, H. (2007). Smart mobs: The next social revolution. Basic books.

Ribble, M. (2015). Digital citizenship in schools: Nine elements all students should know. International Society for technology in Education.

Robles, J. M., Atienza, J., Gómez, D., y Guevara, J. A. (2020). La polarización de ¿La Manada? El debate público en España y los riesgos de la comunicación política digital. *Tempo Social*, 31, 193-216. <https://www.scielo.br/j/ts/a/ZFHRgC9nBmzXmRmR4jfJLMM/?format=pdf&lang=es>

Robles, J.M. (2020). Por una sociedad sin brecha digital. la participación política digital a evaluación. En H. Panadero (Coord.) *La Brecha digital en España. Conocimiento clave para la promoción de la inclusión digital*, 76-90. Fundación Ferrer Guardia.

Robles, J.M y Córdoba, A. (2019). Digital Political Participation, Social Networks and Big Data: Disintermediation in the Era of Web 2.0. Londres, Palgrave.

Robles, J. M. (2017). ¿Por qué la brecha digital es un problema social? *Panorama social*, 25, 9-16. https://www.funcas.es/wpcontent/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_PS/025art02.pdf

Robles, J. M., Molina, Ó., y De Marco, S. (2012). Participación política digital y brecha digital política en España. Un estudio de las desigualdades digitales. *Arbor*, 188(756), 795-810. <https://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/1501/1512>

Robles, J. M., y Molina, o. (2007). La brecha digital: ¿Una consecuencia más de las desigualdades sociales? Un análisis de caso para Andalucía. *Empiria. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*, (13), 81-99. <https://www.redalyc.org/pdf/2971/297124012004.pdf>

Rosenbrock, G., y Trossero, S. (202). Técnicas de Análisis de Sentimientos Aplicadas a la Valoración de Opiniones en el Lenguaje Español. Argentine Congress of Computer Science. <https://acortar.link/fYXzvJ>

Rowe, I. (2015), ¿Civility 2.0: a comparative analysis of incivility in online political discussion? *Information, Communication y Society*, 18 (2), 121-138.

Salgado, D., y Robles, J. M. (2017). El futuro del estudio de la brecha digital: el Big Data. *FUNCAS: Panorama Social*, 25, 177-186. https://www.funcas.es/wpcontent/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_PS/025art12.pdf

Santana, Luis E. and Huerta Cánepa, Gonzalo (2019). ¿Son bots? Automatización en redes sociales durante las elecciones presidenciales de Chile 2017. *Cuadernos.info*, 44: 61-77. DOI: [10.7764/cdi.44.1629](https://doi.org/10.7764/cdi.44.1629)

Santana, J., y Mateos, E. (2014). El arte de programa en R: un lenguaje para la estadística. https://cran.rproject.org/doc/contrib/Santana_El_arte_de_programar_en_R.pdf

Schäfer, M. S. (2016). Digital public sphere. En *The International Encyclopedia of Political Communication*. DOI: <https://doi.org/10.1002/9781118541555.wbiepc087>

Schemer, C. (2014). Emotional effects in political communication. *Political Communication*. DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110238174.569>

Schradie, J. (2011), *The digital production gap: the digital divide and Web 2.0 Collide Poetics*, 39 (2), 145-168.

Shah, D. V., McLeod, D. M., Rojas, H., Cho, J., Wagner, M. W., y Friedland, L. A. (2017). Revising the Communication Mediation Model for a New Political Communication Ecology. *Human Communication Research*, 43(4), 491-504. DOI: <https://doi.org/10.1111/hcre.12115>

Schütz, A., y Natanson, M. A. (1974). *El problema de la realidad social* (Vol. 1995). Buenos Aires: Amorrortu.

Schlozman, K. L., Verba, S., y Brady, H. E. (2012). *The unheavenly chorus: Unequal political voice and the broken promise of American democracy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Shanto, I., Sood, G. y Lelkes, Y. (2012). Affect, not ideology a social identity perspective on polarization." *Public opinion quarterly* 76.3 (2012): 405-431. DOI: <https://doi.org/10.1093/poq/nfs038>

Searle, J. R. (1998). *Mind, language, and society: Philosophy in the real world*. Basic Books

Sen, A. (2010). *La idea de la Justicia*, Madrid, Taurus. Torres-Albero, C. (2017). Sociedad de la Información y Brecha digital en España. *Panorama social*, 25, pp. 17-33.

Serrano-Contreras, I. J., García-Marín, J., y Luengo, Ó. G. (2020). Measuring online political dialogue: does polarization trigger more deliberation. *Media and Communication*, 8(4), 63-72. DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v8i4.3149>

Silcock, R. (2001). *What is E-government? Parliamentary Affairs*, 54(1), 88–101. Doi: <https://doi.org/10.1093/pa/54.1.88>

Simmel, G. (1991). *Sociología: estudios sobre las formas de socialización*. Madrid, España: Alianza Editorial.

Slaby, J. y Bens, J. (2019). Political affect. En J. Slaby y C. von Scheve (Eds.), *Affective societies: keyconcepts*, 340-351.

Sobieraj, S., y Berry, J. M. (2011). From incivility to outrage: Political discourse in blogs, talk radio, and cable news. *Political Communication*, 28(1), 19-41. DOI: <https://doi.org/10.1080/10584609.2010.542360>

Sora Carles (2016): "Repensar el tiempo en la era digital". *CCCBLAB. Investigación e Innovación en Cultura*. <http://lab.cccb.org/es/repensar-el-tiempo-en-la-era-digital/>

Stefano de Marco (2021). Gobierno electrónico y desigualdad digital: el caso español. <https://www.igi-global.com/article/e-government-and-digital-inequality/290307>

- Sunstein, C. (2017), #RepublicDivided Democracy in the Age of social media. Princeton, Princeton University Press.
- Sunstein, C. (2007). Republic. Com 2.0. Princeton University Press.
- Surowiecki, J. (2004), The wisdom of crowds. Nova York, Anchor.
- Szabó, G. (2020). Emotional Communication and Participation in Politics. *Intersections*, 6(2), 5-21. DOI: <https://doi.org/10.17356/ieejsp.v6i2.739>
- Tandoc, E. C., Jr., Lim, Z. W., y Ling, R. (2018). Defining “fake news.” *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. [Doi: 10.1080/21670811.2017.1360143](https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143).
- Teruel Rodríguez, L., y Zafra Arroyo, A. (2022). La lucha contra la desinformación en Twitter y en la prensa: el debate en torno al# Ministerio de la verdad en España. *Observatorio (OBS*)*, 16(3).
- Tettegah, S. y. Noble, S. U. (eds). 2016. Emotions, Technology, and social media. London: Academic Press.
- Torralba, Á. M., Gil, J. A. G., y De La Fuente, A. J. (2023). La presencia de los Bots políticos en Twitter durante la crisis de la covid-19 en España. *reis: revista española de investigaciones sociológicas*, (181), 61-80. https://reis.cis.es/reis/pdf/reis_181_041669885947739.pdf
- Torres-Albero, C. (2017). Sociedad de la Información y Brecha digital en España. *Panorama social*, 25, 17-33. <https://acortar.link/zpQYrl>
- Tsfati, Y., y Weimann, G. (2016). The double-edgedsword: The effects of journalists' social media activities on audience perceptions of journalists and their news products. *Journal of Communication*, 66(6), 1003-1024.
- Tufekci, Z. (2017). Twitter y gases lacrimógenos: El poder y la fragilidad de la protesta en red. Prensa de la Universidad de Yale.
- Turkle, S. (2011). Life on the Screen. Simon and Schuster.
- Vaccari, C., Valeriani, A., Barberá, P., Jost, J. T., Nagler, J., y Tucker, J. A. (2016). “Of echo chambers and contrarian clubs: exposure to political disagreement among German and Italian users of Twitter”. *Social Media + Society*, 2 (3): 35-48.
- Valenzuela, M. C. C., Hernández, L. C., y Goglios, M. D. L. Á. G. (2016). La veracidad de la información expuesta en las redes sociales. *Revista Educación y tecnología*, (9), 26-40.
- Vaccari, C. y Valeriani, A. (2016). La exposición accidental a la política en las redes sociales como equalizador de la participación en línea en Alemania, Italia y el Reino Unido. *Nuevos medios y sociedad*, 18 (9), 1857-1874.
- Van Deursen, A. J., y van Dijk, J. A. (2009). Using the Internet: Skill related problems in users' online behavior. *Interacting with Computers*, 21(5-6), 393-402. [Doi: 10.1016/j.intcom.2009.07.001](https://doi.org/10.1016/j.intcom.2009.07.001).
- Van Dijk, J. (2006). Digital divide research, achievements, and shortcomings. *Poetics*, 34(4-5), 221–235. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2006.05.004>.



Verbalyte, M. (2018). Deconstruction of the emotional logic of political scandal. En Haller, A., Henrik, M. and Kraus, M. (eds.) *Scandology: An Interdisciplinary Field*. Köln: Herbert von Halem. 62-87.

Verba, S., y Nie, N. H. (1972). *Participation in America: Political democracy and social equality*. New York: Harper y Row.

Wardle, C., y Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Council of Europe report. [Doi: 10.13140/RG.2.2.20334.77129](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.20334.77129).

Weber, M. (1978). *Economía y sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.

Winocur, R. (2001). Redes virtuales y comunidades de internautas: nuevos núcleos de sociabilidad y reorganización de la esfera pública. *Perfiles latinoamericanos*, 10(18), 75-92.

Zhang, L. y Clark, C. (2018). *Affect, Emotion, and Rhetorical Persuasion in Mass Communication*. Routledge.

17.0 Artículos publicados em revistas indizadas

17.1 Artículo indizado N°1

a) Participación política digital y la crisis de la pandemia. Redes sociales y la SUNAT, Perú por *Mejía Navarrete, Julio y Menendez Condor, Pamela Fabiola*.

b) Captura de pantalla: El registro en la base de datos del artículo publicado se encuentra en proceso.

SÍGUEMOS EN:   



Sistema Regional de Información
en línea para Revistas Científicas de América Latina,
el Caribe, España y Portugal

ISSN: 2310-2799

[INICIO](#) - [NOSOTROS](#) - [RED LATINDEX](#) - [POSTULACIÓN](#) - [PARA EDITORES](#) - [CONTACTO](#)

Buscar en Directorio Catálogo 2.0

Buscar por título vigente, ISSN o término Q

Búsqueda exacta

BÚSQUEDA

Avanzada »

Categorías »

Características »

Indicadores »

Inicio /
Mediaciones Sociales

Mediaciones Sociales [↗](#)



 Imprimir
  Enviar por correo

Exportar:  CSV  JSON  XML

Descripción Datos de revista en línea Datos adicionales Datos de registro Registro completo Catálogo histórico

La Revista Mediaciones Sociales tiene como propósito estar al servicio de una creciente comunidad internacional de profesores e investigadores universitarios y de profesionales de reconocido prestigio que trabajan en el campo de la mediación social, para poner en común los resultados de sus investigaciones, debatir sobre los nuevos retos teórico-metodológicos y la innovación de las prácticas profesionales que han sido abiertos por los enormes cambios generados sin interrupción por la globalización del capitalismo monopolista en todos los ámbitos de la vida social y por los esfuerzos equivalentes que supone para las instituciones públicas, medios de comunicación, organizaciones, familias y ciudadanos para ajustar sus visiones del mundo y pautas de comportamiento a dichas transformaciones sociales

CATÁLOGO V2.0 (2018 -)

Características cumplidas: 37
No cumplidas: 1

Bases de datos y directorios

- [Dialnet](#)
- [Directory of Open Access Journals \(DOAJ\)](#)
- [Emerging Sources Citation Index \(ESCI\)](#)
- [Fuente Académica Plus](#)
- [InDICES CSIC](#)
- [REDIB. Red Iberoamerica de Innovación y Conocimiento Científico](#)
- [ROAD. Directory of Open Access Scholarly Resources](#)
- [Ulrich's Periodicals Directory](#)

Sistemas de evaluación

- **CIRC 2023**
 - Ciencias Sociales C
- **Dialnet Métricas 2021**
 - Índice de Impacto: **0.214**
 - Posición: **35/67** (C3 Comunicación)
 - Posición: **9/51** (C1 Trabajo Social)
- **Journal Citation Report 2023** (datos 2022)
 - Journal Impact Factor: **0.3**
 - Journal Citation Indicator: **0.10**
 - Posición: **194/217** (Q4 Comunicación)
- **LATINDEX** Catálogo v2.0 (2018-): **33** características cumplidas de 38
- **MIAR 2022**: **c1+m3+e0+x4**
- **REDIB** Journals Ranking 2020:
 - Calificación global: **9.315**
 - Posición global: **790/1199**
 - Categoría: Ciencias Sociales/Humanidades - Comunicación (Q4)

Idioma

English

Español (España)

Português (Portugal)

Información

Para lectores/as

Para autores/as

Indexación Más





c)

Inicio / Archivos / Vol. 22 (2023) / Artículos

Participación política digital y la crisis de la pandemia. Redes sociales y la SUNAT, Perú

Julio Mejía Navarrete

Universidad Ricardo Palma (Perú)

<https://orcid.org/0000-0002-4170-5643>

Pamela Fabiola Menendez Condor

Universidad Complutense de Madrid (España)

<https://orcid.org/0000-0003-1306-4380>

DOI: <https://doi.org/10.5209/meso.92758>

Palabras clave: Ciudadanía digital, participación política digital, brecha democrática, polarización emocional

Resumen

El artículo analiza la participación política en las redes sociales de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) desde el 2019-2022. Después de la pandemia por COVID-19 el proceso de digitalización se incrementó en las instituciones públicas de manera decisiva. Proceso de ampliación de la ciudadanía que conlleva al desarrollo de brechas digitales pronunciadas, especialmente entre los usuarios con menos educación, menos ingresos económicos y mayor edad. Además, el examen de los emoticones de la red social Facebook, la más utilizada, permite una aproximación a la gestación de un cuadro emocional polarizado en la ciudadanía, entre los que gustan y aceptan la información de la SUNAT y aquellos a los que les molestan y entristecen los mismos contenidos. La investigación es longitudinal, se llevó a cabo una encuesta *pre-test*, se efectuó un análisis de la participación política y de los emoticones a partir del Big data de Facebook.

Descarga artículo

PDF

Crossmark

Check for updates

Métricas

Publicado

2023-12-11

Cómo citar

Mejía Navarrete J. . y Menendez Condor P. F. (2023). Participación política digital y la crisis de la pandemia. Redes sociales y la SUNAT, Perú. *Mediaciones Sociales*, 22, e92758. <https://doi.org/10.5209/meso.92758>

Más formatos de cita

Número

[Vol. 22 \(2023\)](#)



ARTÍCULOS

Mediaciones sociales

ISSN-e: 1989-0494

<https://dx.doi.org/10.5209/meso.92758>



EDICIONES
COMPLUTENSE

Participación política digital y la crisis de la pandemia. Redes sociales y la SUNAT, Perú

Julio Mejía Navarrete¹; Pamela Fabiola Menéndez Córdor²

Recibido: 29 de noviembre de 2023 / Evaluado: 3 de diciembre de 2023 / Aceptado: 3 de diciembre de 2023

Resumen. El artículo analiza la participación política en las redes sociales de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) desde el 2019-2022. Después de la pandemia por COVID-19 el proceso de digitalización se incrementó en las instituciones públicas de manera decisiva. Proceso de ampliación de la ciudadanía que conlleva al desarrollo de brechas digitales pronunciadas, especialmente entre los usuarios con menos educación, menos ingresos económicos y mayor edad. Además, el examen de los emoticones de la red social Facebook, la más utilizada, permite una aproximación a la gestación de un cuadro emocional polarizado en la ciudadanía, entre los que gustan y aceptan la información de la SUNAT y aquellos a los que les molestan y entristecen los mismos contenidos. La investigación es longitudinal, se llevó a cabo una encuesta *pre-test*, se efectuó un análisis de la participación política y de los emoticones a partir del Big data de Facebook.

Palabras claves: Ciudadanía digital; participación política digital; brecha democrática; polarización emocional.

d) Enlace: <https://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/92758/4564456567577>

17.2 Artículo entregado a la revista de la Scientia N° 25 para publicarse 2023*

- a) "Análisis de la desigualdad social en el Perú: Una introducción" por Mejía Navarrete, Julio.
- b) La revista SCIENTIA está indexada en Latindex 2.0.

Inicio / Scientia

Scientia

Imprimir Enviar por correo Exportar: CSV JSON XML

Datos de revista en línea Datos de revista impresa Datos adicionales Datos de registro Registro completo Catálogo histórico

Título clave: Scientia (Lima, En Línea)
País: Perú
Situación: Vigente
Año de inicio: 2015
Frecuencia: Anual
Título abreviado: Scientia
ISSN: 2519-9743

Texto completo	Cobertura temporal	Formato de salida	Acceso
http://revistas.urp.edu.pe/index.php/Scientia/	2015-	PDF	Acceso Abierto

CATÁLOGO V2.0 (2018 -)
Características cumplidas: 33
No cumplidas: 5

- c) Constancia de aceptación para la publicación en el presente año:

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
LICENCIAMIENTO INSTITUCIONAL RESOLUCIÓN DEL CONSEJO DIRECTIVO N°080-2016-SUNEDU/CD
CENTRO DE INVESTIGACIÓN

53 años
1969 - 2022

CONSTANCIA

EL DIRECTOR DE LA REVISTA SCIENTIA DEL CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE LA RICARDO PALMA, QUE SUSCRIBE

DEJA CONSTANCIA:

Que el Dr. Julio Mejía Navarrete con DNI 08425674, docentes de la Universidad Ricardo Palma, han presentado el artículo científico: "Análisis de la desigualdad social en el Perú. Una introducción", a la Revista SCIENTIA N° 25, perteneciente al Centro de Investigación, del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Ricardo Palma, correspondiente al presente año. El artículo en mención fue aprobado por el Comité Editorial, previa evaluación interna y externa, para su publicación, la cual se encuentra en edición de imprenta.

Se expide la presente a solicitud para los fines que estime conveniente

Surco, 2 de septiembre de 2023

Dr. Pedro JACINTO PAZO
Director Revista SCIENTIA
VRI - URP

- d) Enlace: <https://revistas.urp.edu.pe/index.php/Scientia>

18.0 Anexos

Anexo N° 1

Entrenamiento Modelo Big data

Model: "model_"

Layer (type)	Output Shape	Param #	Connected to
layer1_1 (InputLayer)	[(None, 40)]	0	[]
embedding1_1 (Embedding)	(None, 40, 300)	14881800	['layer1_1[0][0]']
layer2_2 (InputLayer)	[(None, 16)]	0	[]
bidirectional (Bidirectional)	(None, 256)	439296	['embedding1_1[0][0]']
dense1_2 (Dense)	(None, 32)	544	['layer2_2[0][0]']
concatenate_f (Concatenate)	(None, 288)	0	['bidirectional[0][0]', 'dense1_2[0][0]']
dense2_f (Dense)	(None, 3)	867	['concatenate_f[0][0]']

=====
 Total params: 15,322,507
 Trainable params: 440,707
 Non-trainable params: 14,881,800

```
Epoch 1/40
204/204 [=====] - 150s 707ms/step - loss: 0.7769 - accuracy: 0.6424 - val_loss: 0.6991 - val_accuracy: 0.6848
Epoch 2/40
204/204 [=====] - 142s 697ms/step - loss: 0.6759 - accuracy: 0.6993 - val_loss: 0.6747 - val_accuracy: 0.6980
Epoch 3/40
204/204 [=====] - 143s 700ms/step - loss: 0.6404 - accuracy: 0.7166 - val_loss: 0.6557 - val_accuracy: 0.7106
Epoch 4/40
204/204 [=====] - 138s 675ms/step - loss: 0.6102 - accuracy: 0.7318 - val_loss: 0.6466 - val_accuracy: 0.7178
Epoch 5/40
204/204 [=====] - 141s 690ms/step - loss: 0.5821 - accuracy: 0.7459 - val_loss: 0.6421 - val_accuracy: 0.7226
Epoch 6/40
204/204 [=====] - 144s 706ms/step - loss: 0.5563 - accuracy: 0.7577 - val_loss: 0.6471 - val_accuracy: 0.7239
Epoch 7/40
204/204 [=====] - 138s 677ms/step - loss: 0.5261 - accuracy: 0.7740 - val_loss: 0.6531 - val_accuracy: 0.7249
Epoch 8/40
204/204 [=====] - 141s 690ms/step - loss: 0.4999 - accuracy: 0.7876 - val_loss: 0.6625 - val_accuracy: 0.7239
confusion_matrix (labels_test-predict(x_test)):
[[2685 259 983]
 [ 216 3669 713]
 [ 644 786 3089]]
classification_report:
      precision    recall  f1-score   support

0         0.76     0.68     0.72     3927
1         0.78     0.80     0.79     4598
2         0.65     0.68     0.66     4519

 accuracy                   0.72    13044
 macro avg                 0.73     0.72     0.72    13044
 weighted avg              0.73     0.72     0.72    13044
```

accuracy_score ((labels_test-predict(x_test))): 0.723934375958295
 #####

Anexo N° 2

Número de entrevistas: 32

Entrevista en Profundidad

Buenos días/tardes. Mi nombre es y estamos realizando un estudio sobre la **DESIGUALDAD DIGITAL Y CIUDADANÍA EN LAS REDES SOCIALES. CASO PERUANO 2019-2022**. Siéntase libre de compartir sus ideas en este espacio. Aquí no hay respuestas correctas o incorrectas, lo que importa es justamente su opinión sincera. Cabe aclarar que la información es sólo para nuestro trabajo, sus respuestas serán unidas a otras opiniones de manera anónima y en ningún momento se identificará qué dijo cada participante. Para agilizar la toma de la información, resulta de mucha utilidad grabar la conversación. Tomar notas a mano demora mucho tiempo y se pueden perder cuestiones importantes. ¿Existe algún inconveniente en que grabemos la conversación? El uso de la grabación es sólo para los fines de análisis.

¡Desde ya muchas gracias por su tiempo!

DATOS PERSONALES

- Sexo
- Edad
- Estado civil
- Nivel de educación
- Ocupación
- Distrito de residencia
- Sueldo (rango de sueldo)

UMBRALES DE PARTICIPACIÓN DE LAS REDES SOCIALES

PANDEMIA		
ANTES	DURANTE	DESPUÉS
Instrumentos tecnológicos (celular, Tablet, laptop, computadora de escritorio) ¿Cuál o cuáles?, frecuencia de uso a la semana	Instrumentos tecnológicos (celular, Tablet, laptop, computadora de escritorio) ¿Cuál o cuáles?, frecuencia de uso a la semana	Instrumentos tecnológicos (celular, Tablet, laptop, computadora de escritorio) ¿Cuál o cuáles?, frecuencia de uso a la semana

<p>Conexión con Internet</p> <p>¿Megas o Wifi? ¿Suficiente para el consumo que necesitaba? ¿sí o no? ¿Por qué?</p>	<p>Conexión con Internet</p> <p>¿Megas o Wifi? ¿Suficiente para el consumo que necesita? ¿sí o no? ¿Por qué?</p>	<p>Conexión con Internet</p> <p>¿Megas o Wifi? ¿Suficiente para el consumo que necesita? ¿sí o no? ¿Por qué?</p>
<p>-Utilización de las redes sociales (lúdico, político, económico, etc.). Especificar</p>	<p>-Utilización de las redes sociales (lúdico, político, económico, etc.) Especificar</p>	<p>-Utilización de las redes sociales (lúdico, político, económico, etc.) Especificar</p>

USO E INTERACCIÓN DE PÁGINAS WEB Y FACEBOOK DEL GOBIERNO ELECTRÓNICO.

Página de Facebook						
	La página o páginas de Facebook son de fácil acceso ¿Por qué?	La página o páginas de Facebook son de fácil uso ¿Por qué?	Has escrito algún comentario en la página de Facebook de manera pública y recibiste respuesta /o Has escrito algún mensaje privado y recibiste respuesta.	¿Cómo interactúas ? Lees la información , mensaje interno. comentario en muro, etc.	Capacidad de buscar, seleccionar y procesar información de instituciones gubernamentales.	Alguna vez dejaste de buscar una información por que no se presentaba de manera clara. Buscaste ayuda con algún familiar, amigo(a) u otro.
Sunat						
Ministerio de Salud						
Ministerio de Trabajo y promoción del Empleo						

Ministerio de Educación del Perú						
Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables del Perú						
Ministerio de Viviendo del Perú						
Ministerio de Justicia y Derechos Humanos del Perú						

Página Web						
	La página o páginas web son de fácil acceso ¿Por qué?	La página o páginas web son de fácil uso ¿Por qué?	Has escrito algún comentario en la página web de manera pública y recibiste respuesta.	Has escrito algún mensaje privado y recibiste respuesta. Si recibiste respuesta fue satisfactorio.	Capacidad de buscar, seleccionar y procesar información de instituciones gubernamentales.	Alguna vez dejaste de buscar una información por que no se presentaba de manera clara. Buscaste ayuda con algún familiar, amigo(a) u otro.

Sunat						
Ministerio de Salud						
Ministerio de Trabajo y promoción del Empleo						
Ministerio de Educación del Perú						
Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables del Perú						
Ministerio de Viviendo del Perú						
Ministerio de Justicia y Derechos Humanos del Perú						

LAS EMOCIONES EN LA VIRTUALIDAD

-Qué sentimiento les genera utilizar las redes sociales

-Qué sentimiento les genera utilizar las redes sociales

-Consideras que aprovechar de manera productiva el uso de las redes sociales.

-Consideras que hay diferencias en las zonas urbanas y rurales en la participación política en redes sociales.

-Consideras que la edad afecta la participación política en las redes sociales.

- ¿Consideras que la página web y Facebook tiene información más clara en la actualidad que antes de la pandemia?

- ¿Consideras más sencillo resolver una duda de manera presencial o virtual?

EMPODERAMIENTO CIUDADANO

-Crees que hay mayor protagonismo de los ciudadanos debido a las redes sociales.

-Sientes que puedes expresar lo que deseas en las redes sociales.

-Te sientes “vigilado(a)” o libre en las redes sociales

- ¿Cuál es el papel de las redes sociales en el fortalecimiento de la voz de los ciudadanos? ´

- ¿Sientes que gracias a las redes sociales te sientes escuchado?

- ¿Cuáles son los beneficios y los desafíos del uso de las redes sociales como plataformas para el empoderamiento ciudadano?

CONCIENTIZACIÓN SOBRE LOS RIESGOS DIGITALES.

- ¿Cuáles son los principales riesgos digitales a los que se enfrenta las personas en la actualidad?

- ¿Usted conoce sobre la protección de datos, seguridad en línea y proteger su privacidad

ANEXO 3.

Fuentes de evidencia.

Coordinadora del trabajo: Pamela Fabiola Menéndez Córdor

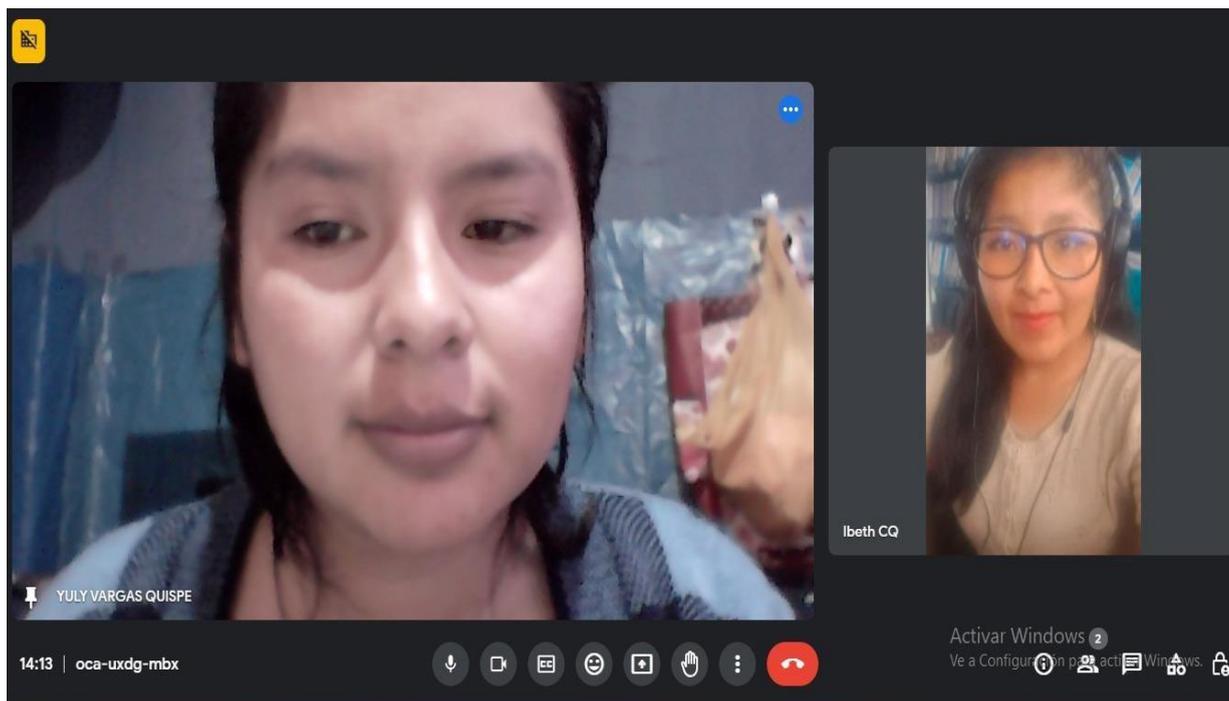
Entrevistadoras: Violeta Mena/ July Vargas/ Rosa Llalihuamán

Foto N°1.



Nota. Elaboración propia.

Foto N°2.



Nota. Elaboración propia.

Foto N°3.



Nota. Elaboración propia.

Fuentes de evidencia:

-Elaboración de instrumento y reuniones semanales hasta aprobación del instrumento.

https://docs.google.com/document/d/1e5QLNyL1Xs2twPsiXIPe7n4VoYb1l8oY/edit?usp=drive_link&oid=106665743806543746053&rtpof=true&sd=true



- Coordinación y aplicación de las entrevistas en profundidad a todo costo (incluye los honorarios de los cuatro aplicadores y los viáticos).

Rosa Llahiuaman:

https://drive.google.com/file/d/1mFrB0axIWOUmcoHqboPRaOmYjbSdVCYN/view?usp=drive_link

https://drive.google.com/file/d/12reMG3CGrKNtIJKR_Y2hrC6X-iSUhr0K/view?usp=drive_link

https://drive.google.com/file/d/1yMrwlxyXYyEprKUFfaw3tYZzZPv3c17U/view?usp=drive_link

https://drive.google.com/file/d/10ZLi8DxNFGuJQByRZAHv7o2Az8pC9C8d/view?usp=drive_link

https://drive.google.com/file/d/1MjbOvPKiPDJrfHKpoyL0q8KeCZuh1GNF/view?usp=drive_link

https://drive.google.com/file/d/1dv4IRI3WK1Mn1aNhurhraA78MohW7DnM/view?usp=drive_link

https://drive.google.com/file/d/1zOD4Boa-EOX3SyL6F0waxLQcMibRAr/view?usp=drive_link

Fiorella Guillermo Chávez:

https://drive.google.com/drive/folders/1Jnel_ZW64vLv9vPTUPACU5TIlwcc9Mm4?usp=drive_link

Violeta Mena:

https://drive.google.com/file/d/1xQg16vJXo1pxFCaDE59vNT3-s2teSjoc/view?usp=drive_link

https://drive.google.com/file/d/1mfo2mm34JV5jdaWHL7qB8ACbScT_0wYa/view?usp=drive_link

https://drive.google.com/file/d/19RY3JzEkL5wM3AKThEZVJVX53XBTynZn/view?usp=drive_link

https://drive.google.com/file/d/1C00kgawdwBULhijKQ-vOX-PVBQ7BU/view?usp=drive_link

https://drive.google.com/file/d/1oYaoll94q1M82VbeX4WbQbcUvlzlt33-/view?usp=drive_link

https://drive.google.com/file/d/1AhybMwPEilipwllgXIsHkF1ctjHboli2/view?usp=drive_link

https://drive.google.com/file/d/1CpRHVPM01MoAc6kb31zR2T2NegW4KiU/view?usp=drive_link



Yuly Vargas Quispe:

https://drive.google.com/file/d/1e4eJ-T5iT1E4tKq-rj_Gex0lhLSMZpio/view?usp=drive_link

https://drive.google.com/file/d/1e4eJ-T5iT1E4tKq-rj_Gex0lhLSMZpio/view?usp=drive_link

https://drive.google.com/file/d/1ziuhzso4ucFlgz7BPbkR9YTffla0XZRR/view?usp=drive_link

https://drive.google.com/file/d/1XeGlcMHLIqHbPBnu9tDdKTZa6Tx4LsMb/view?usp=drive_link

https://drive.google.com/file/d/1NI7sgj_PNFtoawdW9UqZnC3paL66G3k5/view?usp=drive_link

https://drive.google.com/file/d/1hSNmTJ4SileUWqZrldIzgwyks9e9A2q4/view?usp=drive_link

https://drive.google.com/file/d/1NNprVNbyl7eS9o3bjmVh52VtQX0nyCGJ/view?usp=drive_link

https://drive.google.com/file/d/15WdU79OGarN_7MTu-ET5EJuiEw2ysqMY/view?usp=drive_link

- Transcripción de las 32 entrevistas y muestras de evidencia:

https://drive.google.com/drive/folders/1XmfsQ1l_EgQAj3gAMmQ9DkBz9tr8pdPB?usp=drive_link