

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



**LA IMPORTANCIA DE LAS REDES SOCIALES COMO CANAL DE
COMUNICACIÓN DIGITAL ENTRE EL CONCEJO MUNICIPAL Y
LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE COBIJA, GESTIÓN 2023**

**TESIS PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

Autor: Univ. Sheccid María Bogado Apuri

Tutor: Lic. Lifer Romero Vaca

COBIJA – PANDO – BOLIVIA

2023

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
AREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

LA IMPORTANCIA DE LAS REDES SOCIALES COMO CANAL DE
COMUNICACIÓN DIGITAL ENTRE EL CONCEJO MUNICIPAL Y LOS
HABITANTES DE LA CIUDAD DE COBIJA,
GESTIÓN 2023

Tesis de Grado sometida a consideración de la Universidad Amazónica de Pando, del Área de
Ciencias Sociales y Humanísticas y Carrera Ciencias de la Comunicación Social

Requisito para optar al grado académico de:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social

Por

Sheccid María Bogado Apuri

Cobija – Pando – Bolivia

Esta tesis de Grado, ha sido aceptado en su presente forma por la Universidad Amazónica de Pando, la Dirección del Área de Ciencias Sociales y Humanísticas y aprobada por el Tribunal.

FIRMANTES:

M.Sc. Miladis Marilia Conde Herrera
DIRECTORA DEL ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

Lic. Carlos Lahor García
TRIBUNAL

Lic. Lían Crucita Rodríguez Alvarado
TRIBUNAL

Lic. Luis Iver Balderrama Balcázar
TRIBUNAL

Lic. Lifer Romero Vaca
TUTOR

Univ. Sheccid María Bogado Apuri
POSTULANTE

DEDICATORIA

A Dios por estar presente en mi vida y corazón, mis padres por creer en mí desde el primer día y brindarme su apoyo constante, a mi hija de cuatro patas que fue un gran apoyo emocional durante todo este tiempo, a todas las personas que han sido parte de este camino académico y personal.

Este logro es un honor y a ellos va dedicada mi tesis, porque cada palabra o momento vivido marcó mi vida y me ayudo a seguir adelante.

¡Gracias! por su apoyo incondicional

AGRADECIMIENTO

A Dios, por protegerme en todo momento y permitirme realizar mi tesis de grado que quedara marcado como un gran logro y recuerdo durante el resto de mi vida.

A mis padres quienes me dieron la vida, educación y sobre todo consejos que muchas veces me disgustaban, pero me ayudaron a no desistir y no desviarme de la meta.

Gracias de todo corazón a todas las personas que confiaron en mí, me apoyaron y alentaron durante todo este tiempo para poder cumplir con este capítulo de mi vida, quedarán marcadas eternamente en mi memoria.

A Miguel que fue un gran apoyo para mí en esta etapa tan importante y a mis compañeros, por las risas, momentos vividos y conversaciones que hicieron la carrera más divertida y cómoda.

Agradecer a mi tutor, Lic Lifer Romero Vaca, y mi docente de décimo, M.Sc Yusara Melena Revollo por cuidar de cada detalle y finalmente agradecer a la institución del Concejo Municipal de Cobija y concejales de la gestión 2023, por abrirme las puertas y brindarme toda la información necesaria para realizar mi tesis de grado.

ÍNDICE

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de tablas	vii
Índice de figuras	viii
Lista de anexos	ix
Resumen ejecutivo.....	x
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
JUSTIFICACIÓN, PROBLEMA Y OBJETIVOS	3
1.1. Antecedentes.....	3
1.2. Justificación	11
1.3. Descripción del problema.....	13
1.4. Formulación del problema.....	15
1.4.1. Preguntas secundarias.....	15
1.5. Objetivos.....	16
1.5.1. Objetivo general	16
1.5.2. Objetivos específicos.....	16
 CAPÍTULO II	 17
DISEÑO METODOLÓGICO	17
2.1. Tipo de investigación	17
2.2. Enfoque de la investigación.....	17
2.3. Método.....	18
2.4. Población y muestra.....	19
2.4.1. Población	19
2.4.2. Muestra	19
2.4.3. Tipo de muestreo	20
2.5. Técnicas de investigación.....	20
2.5.1. Entrevistas	20
 CAPÍTULO III	 22
MARCO REFERENCIAL	22

3.1. Marco Legal.....	22
3.1.1. Nueva Constitución Política del Estado	22
3.2. Ley de autonomía	23
3.1.3. Ley de los gobiernos autónomos municipales	24
3.1.4. Reglamento general del Honorable Concejo Municipal de Cobija.	25
3.2. Marco teórico.....	27
3.2.1. Paradigma del Pensamiento Complejo.....	27
3.2.2. Teoría cibernética	28
3.2.3. Teoría de la opinión pública	29
3.3. Estado del arte	30
3.4. Marco conceptual	32
3.4.5. Comunicación organizacional	36
CAPÍTULO IV.....	38
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	38
4.1. Breve descripción del contexto de la investigación.....	38
4.1.1. El municipio de Cobija.....	38
4.1.2. Honorable Concejo Municipal de Cobija.	40
4.2. Presentación de resultados.....	44
4.2.1. Redes sociales que utiliza el concejo municipal para comunicarse con la población ..	44
4.2.1.1. Formas de comunicación del concejo con la población de Cobija.....	44
4.2.1.2. Difusión de actividades cotidianas de los concejales	47
4.2.1.3. Redes sociales institucionales.....	47
4.2.1.4. Uso de la página oficial del concejo por cada concejal de manera individual	49
4.2.1.5. Propósito de la información emitida en las redes sociales.	50
4.1.1.6. Clasificación de la información compartida en las redes sociales.....	51
4.2.1.7. Ventajas y desventajas de la información emitida en redes sociales.....	52
1.2.1.8. Utilidad de las redes sociales oficiales del concejo municipal y de los concejales.....	53
4.2.2. Percepción de los pobladores respecto a los canales de comunicación.....	55
4.2.2.1. Redes sociales con mayor participación en la ciudadanía.....	55
4.2.2.2. Conocimiento y cantidad de seguidores de la página del concejo en redes sociales. ..	56
4.2.2.3. Concejales con número de seguidores en redes sociales	58
4.2.2.4. Información que le gustaría encontrar en la página del concejo o de los concejales ...	60
4.2.3. Incidencia de la interacción entre el concejo municipal y la población de Cobija.....	61

4.2.3.1. Utilización de redes sociales desde el periodo preelectoral (Campañas políticas).....	61
4.2.3.2. Importancia de las redes sociales en el periodo de gobierno 2021-2025.	63
4.2.3.3. Nivel de interacción entre concejales y población a través de las redes sociales.....	64
CONCLUSIONES	68
RECOMENDACIONES	71
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	73
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1	Distritos y barrios del municipio de Cobija..... 36
Tabla 2	Concejales del municipio de Cobija..... 37
Tabla 3	Conformación de la Mesa directiva: Gestión 2023..... 38
Tabla 4	Comisión de Desarrollo Institucional Municipal: Gestión 2023..... 38
Tabla 5	Comisión de Desarrollo Humano Sostenible: Gestión 2023..... 38
Tabla 6	Comisión Especial de Fiscalización del proyecto de agua potable 39
Tabla 7	Comisión de Desarrollo Político Municipal: Gestión 2023..... 39
Tabla 8	Comisión de Ética: Gestión 2023..... 40
Tabla 9	Comisión Especial de la Carta Orgánica: Gestión 2023..... 40

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 Redes sociales que más utilizan en el municipio de Cobija.....	52
Figura 2 Conocimiento de la página de Facebook del concejo municipal.....	53
Figura 3 Número de seguidores a la página oficial del concejo.....	54
Figura 4 Seguidores de las páginas de Facebook de los concejales.....	55
Figura 5 Información requerida para encontrar en redes sociales.....	56
Figura 6 Interacción entre concejales y población en redes sociales.....	61

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1	Entrevista a concejales
Anexo 2	Entrevista a responsable de la Dirección de comunicación
Anexo 3	Encuesta a la población de Cobija.....
Anexo 4	Registro fotográfico.....

RESUMEN EJECUTIVO

En las actualidades diversas son las formas que encuentran las instituciones públicas y privadas para interactuar con su entorno, una de ellas, son las redes sociales que desde su incursión ha revolucionado las formas de comunicación externa e internamente. Este es el caso del concejo municipal de Cobija, de manera específica sus concejales, quienes se encuentran en la posición de autoridades municipales por el apoyo que han recibido de la población en las últimas contiendas municipales

Para el efecto, el objetivo que guio el estudio fue el de “Analizar la importancia de las redes sociales como medio de comunicación digital entre el Concejo municipal con los habitantes de la ciudad de Cobija”, la metodología planteada fue la investigación de tipo descriptiva con un enfoque mixto, para el cual se requirió de la aplicación de entrevistas dirigidas a los concejales municipales y, por otro lado, la encuesta que fue dirigida a la población en general de manera digital.

Como perspectiva teórica se tomó en cuenta la teoría cibernética y la teoría de la opinión pública, ambas de estrecha relación con los resultados obtenidos.

Finalmente, los resultados resaltan que si bien, las redes sociales son una herramienta importante de comunicación entre concejales y población, aún falta fortalecer la interacción a través de nuevos mecanismos.

Palabras claves Redes sociales, comunicación digital, Concejo municipal.

INTRODUCCIÓN

Distintas son las formas que encuentran las instituciones públicas y privadas para interactuar con su entorno, una de ellas, son las redes sociales que desde su incursión ha revolucionado las formas de comunicación externa e internamente.

La presente investigación está estructurada en capítulos, el primero de ellos da cuenta de la justificación, problema y objetivos. En el caso del estudio, se toma como punto de partida, las redes sociales que dispone el Concejo Municipal de Cobija, y el uso que le da a las mismas para entablar procesos de comunicación con la población, considerando que su trabajo se sustenta en el relacionamiento y en la participación de la ciudadanía de los diferentes distritos, por lo que una de sus funciones es escuchar las necesidades, demandas y expectativas, de la población para atender las inquietudes y de esta manera dar respuesta a las exigencias identificadas.

Por esta razón la investigación planteó como pregunta de investigación ¿De qué manera las redes sociales como medio de comunicación digital, contribuye a mantener una comunicación efectiva entre el Concejo municipal con los habitantes de la ciudad de Cobija?, al respecto el objetivo general Analizar la importancia de las redes sociales como medio de comunicación digital entre el Concejo municipal con los habitantes de la ciudad de Cobija, dio una respuesta al planteamiento inicial.

El capítulo dos, aborda el Diseño metodológico en el que indica que el estudio se sustenta en un tipo descriptivo, con enfoque mixto, el mismo que dispuso de técnicas como la encuesta y la entrevista, mismas que fueron aplicadas tanto a los concejales como a la población de la ciudad de Cobija. Asimismo, se consideró el método inductivo para tratar el análisis de los datos.

De esta manera, la investigación contempló analizar la interactividad que existe entre la población de Cobija y el concejo municipal, para determinar la importancia de las redes sociales como canal de comunicación.

Por su parte, el capítulo tres, hace mención al marco referencial se desglosa el marco legal, donde están implícitas la Constitución política del Estado y la Ley de municipalidades, en el marco teórico, se propone el paradigma del pensamiento complejo, la teoría cibernética y la teoría de la opinión pública, del mismo modo, el marco conceptual trae a contexto la definición de términos que fueron desarrollados en la investigación, tales como: canales de comunicación digital, comunicación organizacional, la comunicación digital, entre otros.

El capítulo cuatro expone los resultados obtenidos, entre los cuales resaltan, las redes sociales de manera institucional mencionan que solamente el Facebook, por lo que es necesario la implementación de nuevas redes sociales. Asimismo, la interacción a través de estas plataformas es escasa ya que gran parte de la población desconoce que el concejo municipal cuenta con redes sociales y la mayor cantidad son seguidores de los concejales en sus redes sociales personales.

CAPÍTULO I

JUSTIFICACIÓN, PROBLEMA Y OBJETIVOS

1.1. Antecedentes

En la actualidad la comunicación abarca diversas formas de recibir y enviar la información, y ha tomado un rol protagónico en la vida de los individuos, no solamente a nivel personal sino en ámbitos sociales y laborales. Es por eso que a la comunicación se la determina como un elemento importante de metas individuales y colectivas.

Un primer salto al menos en materia de acceso a la información, fue la aparición a finales del siglo XX de las aclamadas tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Estas han servido como canales para la comunicación, deliberación y participación de los ciudadanos en múltiples aspectos (entre ellos el político), permitiendo minimizar las limitaciones de tiempo y distancia e incluso los costos de organización, facilitando y aumentando espacios y oportunidades para la discusión y el intercambio entre actores. De hecho, hay quienes consideran que las TIC poseen un gran potencial democrático por medio de: la renovación de las interacciones políticas entre los ciudadanos y los miembros de la esfera política; del aporte nuevas formas para compartirla y mediante el fomento de la sociabilidad local y limitada, como una nueva forma de interacción ritualizada (Corrales, 2015, p. 3).

En ese entendido, las instituciones, tanto públicas como privadas, han tenido que adaptarse a esa forma de comunicación rápida e instantánea para llegar a los ciudadanos e interactuar con ellos.

En cuanto a antecedentes de las redes sociales estas se han incorporado a la vida cotidiana de una manera rápida y progresiva a lo largo de la última década, constituyendo un fenómeno social, político, económico y tecnológico que está modificando la forma en la que nos relacionamos.

Su surgimiento se remonta a la década de los 90's, siendo el chat el primer modelo de red, el cual permitía enviar mensajes entre dos o más contactos. Sin embargo, el antecedente de una red social con las mismas características a las más populares y utilizadas en la actualidad fue "Classmates", una red social creada por Randy Conrads en 1995, esta primera red social tenía como principal función establecer contacto a ex estudiantes de diversos colegios en los Estados Unidos. El continuo desarrollo en las tecnologías de la información en los siguientes años trajo consigo el surgimiento de nuevas redes con temáticas y objetivos diferentes. La siguiente red en aparecer fue SixDegrees, se caracterizó por ser la primera red en permitir la creación de perfiles en la web, además que su nombre está basado en la teoría del húngaro Frigyes Karinthy.

Con el surgimiento de la web 2.0 en 2004, se daría la gran revolución en las redes con la aparición de "The Facebook". Con ello daba inicio el segundo auge en redes, ampliando el número de servicios disponibles dentro de una red, consolidándolas e incrementando el número de usuarios, idiomas, temáticas y mayor cobertura geográfica. El internet y las redes sociales están realizando un imparable cambio en el paradigma cultural de la sociedad. La aparición de las redes sociales y comunidades virtuales han modificado los hábitos de la comunicación entre los usuarios de las redes. "Facebook, Twitter, usados por millones de individuos, han permitido que grupos de personas se sientan permanentemente comunicados, pero para que estas redes funcionen, cada participante debe concitar el interés de muchas personas, tener siempre algo que decir y estar conectados de manera constante" (Herrera y O'Quinn, 2019. p. 1).

Esta inmersión de las redes sociales como modo de comunicación ha permitido lograr la interacción más fácil y más fluida con muchas más personas conectadas en distintos lugares del mundo, acortando distancias y tiempos.

Por otro lado, es importante mencionar de manera específica a la comunicación en la política, ya que:

...desde la antigüedad, la disputa por el poder político se desarrollaba de manera violenta, luego los que accedían y permanecían en el poder lo hacían por medio de mitos como lo fue durante mucho tiempo la teoría del origen divino del poder de los reyes, que fue propagada por el cristianismo durante la edad media, en la actualidad los que acceden a las tecnologías de la información son los que más probabilidades tienen de lograr el éxito político. Una parte importante de estas nuevas tecnologías, son las llamadas Redes Sociales, que lejos de ser una mera herramienta de entretenimiento, se han convertido en un instrumento indispensable para la comunicación política. (Herrera y O'Quinn, 2019. p. 1).

Por lo tanto, cabe considerar que, si bien el poder político ha permanecido a través de la historia, en la actualidad, se dispone también de las nuevas tecnologías, puesto que es un medio para llegar a la mayor cantidad de personas.

Las instituciones de representación política ciudadana no se han quedado atrás; la mayoría de sus actores son activos en las redes sociales y, a través de ellas, perpetúan una campaña que ha pasado a convertirse en permanente. Así pues, las instancias de representación ciudadana, como es el caso de los Gobiernos municipales, y a priori de sus concejos, necesitan comunicarse constantemente con sus electores.

La tecnología de la información ha trasladado los campos de batalla al internet, los grandes mítines son cada vez menos multitudinarios y el debate político ya no se deja sentir como antes en plazas y esquinas, sino en alguna red social. Es por eso que todo profesional de la comunicación política y gubernamental no debe dejar de lado estas herramientas que hace ya muchos años constituyen como una importante plataforma de comunicación no sólo a los partidos políticos que pretenden llegar al poder, sino también de las principales instituciones públicas que forman parte del gobierno (Gertin, 2020, p. 11).

Lógicamente que este público, también inmerso en esta sociedad de la información, necesita, asimismo, manifestar sus opiniones. En ese aspecto, las redes sociales han permitido establecer un canal para que el ciudadano pueda hacer uso de ese derecho primordial que es la libertad de expresión, la cual está explícita en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, y que a la vez se fundamenta en uno de los principios de la filosofía griega: el ser humano es un ser social por naturaleza, frase acuñada por el filósofo Aristóteles para describir dicha condición humana.

En manos de la Administración pública, las redes sociales pueden y deben incentivar el diálogo y el debate para llegar a mayores consensos ciudadanos, sobre todo en los concejos, considerados el primer eslabón de la atención ciudadana.

En ese sentido, los diversos procesos comunicativos y relacionales son vistos desde como las administraciones dirigen a las redes sociales, al respecto, Campillo-Alhama (2010), señala lo siguiente:

Las administraciones se dirigen a la ciudadanía para transmitir todo tipo de mensajes relacionados con el desarrollo de competencias públicas, unos procesos que se justifican desde la premisa fundamental de que el ciudadano, como epicentro de la acción de gobierno local, debe estar informado de todas aquellas actuaciones e iniciativas administrativas que pueden incidir en su condición de ciudadano-administrado (citado en Cervi, Marin y Oliveras, 2022, p. 5).

Por consiguiente, el modo que han desarrollado las instituciones para comunicarse con la ciudadanía ha sido las redes sociales digitales.

En cuanto al objeto de los mensajes, el elemento de la participación es visto como fundamental en una comunicación que, dentro de un contexto democrático, también debe perseguir el objetivo de ser un instrumento eficaz para asegurar la participación de los ciudadanos en los asuntos públicos y hacer que se sientan responsables de sus elecciones. Por eso, en el terreno de la Administración pública se hace necesario diferenciar lo que es información de servicio público y de interés para el ciudadano de lo que es información de contenido político, en este caso el interés prioritario de la ciudadanía es la información de servicio público.

En el orden municipal es más notoria la necesidad de comunicarse con diversos actores (públicos, sociales y privados), ya que en ello se define la obtención de recursos, de legitimidad y, en general, la manera de posicionarse en el entramado estatal. Es de alta utilidad que las instituciones municipales mantengan flujos de comunicación política con sus reales y potenciales interlocutores, en la idea de renovar su lugar y participación en la vida pública. (Aguilar y Alejo, 2016, p. 1).

A esto se suma la necesidad y la importancia de aquellos que dirigen las instituciones públicas mantengan contacto permanente con los ciudadanos.

A su vez, las redes sociales se han convertido en un espacio donde las plataformas virtuales, son utilizadas para la transmisión de mensajes por los principales agentes políticos, los cuales se vuelven más intensos en épocas electorales o en casos particulares como el Movimiento de la Primavera Árabe y Movimiento de los Indignados, ambos acontecimientos claves en la historia para mostrar el poder que asume hoy por hoy las redes sociales.

Movimientos como la Primavera Árabe en el 2010 sobre las revoluciones en territorio árabe; el 15M (o también conocido como movimiento Indignados) durante 2011 en España que en un inicio promovía una democracia más participativa y romper con el bipartidismo; el YoSoy 132 en el 2012 sobre la libertad de expresión o; el más reciente Ayotzinapa 43 en 2014, sobre la desaparición de 43 normalistas en México, son tan solo algunos ejemplos de organizaciones que se han valido de las facilidades de las TIC y específicamente de las redes sociales, para estructurar procesos de participación ciudadana autónoma que han calado hondo sobre asuntos nacionales, forzando e incidiendo sobre cambios políticos importantes, o al menos en algunos de los casos, a exigir y presionar sobre las demandas no satisfechas de la sociedad. De esta manera, y a través de las redes sociales, una participación ciudadana no institucionalizada formalmente (autónoma), ha podido incidir sobre la participación política, precisamente porque ha podido gestarse, organizarse y legitimarse desde la sociedad (Ziccardi y Aguirre, citado en Corrales, 2015, p. 4).

Ante el panorama actual, las redes sociales se han afianzado como principal herramienta de comunicación política, debido principalmente a la inmediatez y a la cercanía que se logra con los actores sociales.

En la actualidad la sociedad se ve influida de las nuevas tecnologías, es por ello que algunos la denominan como una *aldea global*, en la que muchos políticos han recurrido a las redes sociales como estrategia de comunicación política electoral, el caso más notoriamente reconocido, sin duda alguna es el caso de Barack Obama

Barak Obama, cuadragésimo cuarto presidente de los Estados Unidos de América, quien no sólo pasará a la historia por haber sido el primer ciudadano afrodescendiente que llega a ocupar tan importante cargo, o por haberse hecho acreedor al Premio Nobel de la Paz en el 2009; sino también por haber sido el político que mejor ha manejado su imagen pública durante sus dos campañas presidenciales y durante los ocho años en los cuales estuvo ejerciendo el cargo de Presidente de los Estados Unidos entre el 2009 al 2016. El

uso adecuado de las Redes Sociales por parte de Obama y de todo su equipo de campaña fue fundamental para el éxito electoral del candidato y posterior presidente. Es a raíz de dicho éxito que se inicia una nueva era en la Comunicación Política, en la cual el adecuado uso de las Redes Sociales, juega un papel fundamental no sólo en la toma de decisiones del ciudadano, sino como un medio para crear conciencia ciudadana a través del voto consiente y responsable. (Gertin, 2020, p. 37).

El éxito de la campaña de Obama en redes sociales se debió principalmente a que se preocupó en fijar una estrategia que le permitiera llegar a la mayoría de los estadounidenses, además de fidelizarlos por medio de contenidos atractivos dependiendo del tipo de votante y según el tipo de red social que se quiera utilizar.

Al mismo tiempo, Gertin (2020), señala que otro caso relevante en el uso de redes sociales en la comunicación política electoral es el de Antanas Mockus, candidato del Partido Verde en las elecciones presidenciales de Colombia en el año 2010, que, si bien es cierto, fue derrotado por Juan Manuel Santos, sin embargo, su estrategia comunicacional, logró posesionarlo como la segunda fuerza electoral de su país, algo histórico para un país de tradición bipartidista.

Un antecedente próximo pone en contexto, el uso de las redes sociales que permitió a Nayib Bukele llegar al poder presidencial de El Salvador en 2020, “Los estrategas de campaña se han dado cuenta de que hay una forma de ver la información política y es a través del entretenimiento” (Rivera, citado en France 24, 2019, p. 4). Esto considerado y utilizado por los partidos políticos como una suerte de buscar nuevas formas de llegar al ciudadano.

En este aspecto, se toma en cuenta la gran importancia que jugó las redes sociales y la forma que construyeron su campaña electoral digital, para la victoria del actual presidente de El Salvador.

Con un perfil “outsider” y gran apoyo en las redes sociales, Bukele supo construir un sólido e innovador discurso “anti-establishment” en contraste con la política tradicional de El Salvador. Este perfil “outsider” se compone a través de la crítica a la estructura del

poder establecido y de la clase política tradicional, como así también, de la necesidad de generar empatía con las emociones de los ciudadanos (Izaguirre Ramos, 2017, citado en Soto, 2020, p. 7).

El apoyo recibido por Bukele, a través de las redes sociales fue masivo, puesto que su campaña se enfocó en mostrar una idea antisistema tradicional, con mensajes y propuestas innovadoras para sus votantes.

Se podría decir que es el primer Millennial (Término creado por William Strauss y Neil Howe, para nombrar a la generación de personas nacidas entre los años 1982 hasta 2004) en ocupar dicho cargo en el continente. Bukele ha convertido a las redes sociales en el principal canal de comunicación de su gobierno, en especial el Twitter, lo cual resulta curioso en un país en donde solo el 10.7% de la población mayor a 18 años tiene acceso a estas herramientas.

Por lo tanto, el uso de las redes sociales resulta fundamental para el éxito de estos candidatos ya que también favorecen la mediatización de un perfil personalista, en el cual predomina una exaltación de la figura pública ligada a la espectacularización.

En el ámbito nacional, la incursión de las redes sociales en el contexto político parte de tres hitos importantes que van acompañados de los últimos comicios electorales celebrados en el país, el mismo se detalla de la siguiente manera:

Primer momento: Elecciones Generales de 2009: primeras incursiones en las redes sociales.

Si se puede obtener una conclusión sobre el uso de redes sociales por parte de los políticos y sus partidos en las Elecciones Generales del 6 de diciembre de 2009, la respuesta sería su incursión en redes sociales. Como explica Esteban Lima Torricos: Los políticos todavía no han encontrado una ventaja en el uso de Internet. Sí, la mayoría tiene página web, pero no hacen conversación. Sí usan Facebook, páginas y grupos, dentro de los cuales tampoco existe una discusión dada, simplemente son mensajes unidireccionales. La virtud que tuvo uno de los partidos en la campaña para las

Elecciones Generales, en este caso el Movimiento Al Socialismo (MAS), fue el uso de las redes sociales y recursos de la Web 2.0 más populares en ese tiempo, la información de la línea gráfica en todas las redes sociales y su actualización permanente. Esto no fue atendido por el Plan Progreso Para Bolivia (PPB) - Convergencia Nacional (CN) ni por Unidad Nacional (UD), que concentraron su presencia en sus sitios web y, principalmente, en la red social Facebook, en la que se alternaron perfiles, páginas y grupos. El MAS, en cambio, construyó presencia en Twitter, una página en Facebook, un canal de YouTube y una cuenta en Flickr. Sin embargo, algo que sí llamó la atención desde Unidad Nacional (UD) fue el chat público que sostuvo el candidato Samuel Doria Medina a través de su página web. De acuerdo con Lima, este chat alcanzó por lo menos a cien personas, cantidad nada despreciable para ese momento. (Jordán, 2023, p. 329).

Este momento aborda, el inicio de la utilización de las redes sociales como un mecanismo para comunicarse con el público votante, aunque a menor escala, pues como se ve, la mayoría de los partidos políticos participantes en la contienda consideraban solamente una red social entre los más resaltante Facebook y Twitter, en la que no había mucho intercambio de información.

Segundo Momento: Elecciones Generales de 2014: Dinámicas políticas en redes sociales.

De cara a las Elecciones Generales del 12 de octubre de 2014, el boletín Política 2.0 del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) habla de aproximadamente 832 cuentas de redes sociales, entre organizaciones políticas y sus candidatos, entidades del Estado, movimientos sociales y autoridades de gobierno. La mayoría, en Facebook, 178 en Twitter y 49 en YouTube, entre cuentas oficiales y no oficiales. Los partidos que pugnaron para estas Elecciones Generales fueron: el Movimiento Al Socialismo (MAS) (que postuló a Evo Morales), Unidad Demócrata (UD) (que postuló a Samuel Doria Medina), el Partido Demócrata Cristiano (PDC) (que postuló a Jorge Tuto Quiroga), el Movimiento Sin Miedo (MSM) (que postuló a Juan del Granado) y el Partido Verde para Bolivia (que postuló a Fernando Vargas) (Jordan, 2023, p. 330).

En el proceso electoral de 2014 fue importante porque sacó a la luz algunos hitos, tales como la utilización de varias redes sociales al mismo tiempo, perfiles destacados por cada candidato con una mejor preparación de contenidos. De este modo, se evidencia que el tema ya no es la incursión de los actores, sino el uso que le dan los actores políticos, en este caso, para la campaña.

Tercer momento: Elecciones 2020, tiempo de Pandemia: Es importante considerar que, en relación a la cantidad de usuarios de redes sociales en el país, Bolivia registró, hasta enero de 2020, siete millones de los usuarios repartidos en las diferentes redes sociales existentes.

Bolivia cargó con el reto al margen del Covid-19: celebrar unas elecciones generales que, no solo no incrementen los casos positivos, sino que no se repita lo ocurrido en octubre de 2019. A saber, según cada bando, una presunta votación fraudulenta (aún bajo investigación judicial) y una salida forzada del mandatario Evo Morales, tildada por sus seguidores de golpe de Estado. Así, bajo esa sombra política, y tras haber pospuesto dos veces la fecha debido a la pandemia (los comicios debían haberse llevado a cabo el 3 de mayo y este día 6), arrancó la campaña electoral, con hasta ocho candidaturas a presidente, vicepresidente, senadores y diputados. (France 24, 2020, p. 12)

La característica principal de esta etapa, fue la planificación del marketing digital político ya necesariamente es mucho más avanzado, a tal punto de incluirse el termino guerreros digitales, los que se dedican con exclusividad no solo a potenciar las campañas electorales de sus candidatos, sino a hacerle frente o desprestigiar a sus contrincantes. De esta manera, la reducción de la brecha digital, la conectividad creciente y la expansión del uso de las redes sociales en Bolivia dan cuenta del lugar determinante que ocupan las campañas digitales y la comunicación política en el plano virtual.

En el contexto departamental, se realizó la misma dinámica ya que en las últimas elecciones regionales, de gobernadores, alcaldes y concejales, tanto así que, en una indagación inicial en este estudio, el 100% de los concejales electos hicieron uso del poder las redes sociales para difundir su plan de gobierno para de esa manera contar con más votantes.

1.2. Justificación

1.2.1. Justificación social

Con la incorporación de las redes sociales se estableció las nuevas formas de ver el mundo, las relaciones entre los individuos de una comunidad cambiaron, las personas lograron

contactarse con mayor cantidad de individuos a corta y larga distancia, la información se volvió más accesible e inmediata. De ahí su importancia como instrumento para aproximarse a la comunidad de manera directa y ser visibles ante una comunidad cambiante que busca siempre una continua comunicación.

Asimismo, el estudio se justifica porque el uso de las redes sociales antes, durante y después de un hecho o suceso relevante, se incrementa considerablemente gracias a los usuarios. Este proceso genera una importante información que facilita la circulación de noticias entre las personas. Es por esta razón que, estas herramientas, se constituyen en importantes elementos que permiten la participación de los ciudadanos en la vida política, facilitando la interacción en tiempo real.

Considerando estos elementos, la importancia de la investigación es hacer evidente el uso que el Concejo Municipal le está dando a sus redes sociales para entablar diálogo con la ciudadanía, conocer el tipo de información que transmite y cuál es la aceptación o rechazo que están teniendo de su población, tomando en cuenta que los ciudadanos se han convertido en sujetos activos, en piezas clave en el diseño y la mejora de los servicios públicos.

1.2.2. Justificación institucional

Para los gobiernos municipales la comunicación con su pueblo debe considerarse como prioridad, por lo que se debe tener mecanismos que permitan la interactividad y el contacto con sus ciudadanos, es por eso que, al ser el concejo municipal el ente representante de la sociedad, su comunicación debe ser permanente y recíproca, ellos tienen a su alcance una serie de estrategias y acciones para tener contacto directo con la comunidad y una de ellas debe ser las redes sociales ya que como medios de comunicación digital pueden convertirse en grandes aliados, así como también en enemigos dependiendo del uso que se les dé.

Cabe considerar que, para los municipios estas herramientas tecnológicas son un lugar de encuentro con las poblaciones ya que, a través de ellas el ciudadano ve, escucha y expresa

sus opiniones respecto a la forma que están gobernando las autoridades de turno. Es así que se tiene que estar preparados si se quiere formar parte de esta nueva forma de comunicación.

Las redes sociales han sido parte importante de los procesos electorales ya que permiten llegar al público externo de una manera mucho más directa y rápida que los medios tradicionales, por ello, el presente trabajo tiene como objetivo Analizar la incidencia de los medios de comunicación digital del concejo municipal y el municipio de Cobija, para conocer el uso que se le está dando a esta herramienta digital y de la misma forma recabar la opinión de los ciudadanos con relación al trabajo y cumplimiento de responsabilidades que asumen los concejales.

1.2.3. Justificación académica

En el aspecto académico, se toma en cuenta el proceso metodológico con el que fue elaborado el estudio, tomando en cuenta métodos y técnicas utilizadas por el comunicador social en su práctica profesional. Asimismo, el estudio servirá como soporte para futuras investigaciones y/o proyectos de grado, donde se puedan establecer lineamientos específicos para optimizar las redes sociales del Concejo municipal.

1.3.Descripción del problema

El Concejo Municipal de Cobija está compuesto por 11 concejales titulares cada uno de ellos con un suplente, liderado por 4 concejales del Movimiento tercer sistema (MTS) línea política de la actual alcaldesa de la Ciudad; 4 concejales del Movimiento al socialismo (MAS); 2 concejales de Comunidad de Integración Democrática (CID) y una concejal representando al Movimiento Democrático Autonomista (MDA), el mismo está conformado por 4 fuerzas o agrupaciones políticas presentes en la Ciudad, lo que a su vez indica que existe representación y participación de varios sectores de la población. El cometido fundamental de los concejos municipales es el de fiscalizar la gestión municipal, deliberar y elaborar leyes, ordenanzas

municipales y otros documentos normativos destinados a mejorar la calidad de vida de los habitantes del municipio.

El trabajo de los concejales se sustenta en el relacionamiento y en la participación de la ciudadanía de los diferentes distritos, en este afán es importante escuchar sus necesidades, demandas y expectativas, sobre todo creando canales para entablar comunicación con sus ciudadanos y generando diferentes instrumentos de su atribución para atender las inquietudes de la ciudadanía. Ahora bien, aunque la tecnología está de su parte, es necesario plantearse como es la comunicación y las formas de interacción que permite a los concejales tener un contacto activo con la población de la ciudad de Cobija.

Bajo este criterio, considerando la coyuntura actual de la era digital, las redes sociales se convierten en la mejor posibilidad de interacción entre usuarios y también la opción de aumentar la relación entre el gobierno municipal y ciudadano ya que representan una gran oportunidad para asegurar, promover e instaurar la deseada participación de la ciudadanía en los asuntos públicos y es la forma inmediata de conexión con los demás. “A través de las redes sociales, las personas puedan sostener diálogos directos con políticos, oficiales cívicos e incluso con agencias del gobierno” (Tran y Bar-Tur, 2020, par. 5). Además, estas plataformas les dan la oportunidad de interactuar con ellos. Sin embargo, para la presente investigación, es necesario cuestionarse, ¿Cómo está la situación de comunicación e interacción entre los concejales y la ciudadanía de Cobija?, ¿las redes sociales han sido o son de utilidad para lograr una comunicación fluida?, con estos aspectos, no parece que se haya avanzado mucho en este campo ya que el Concejo Municipal de Cobija, no cuenta con canales de comunicación en redes sociales que permitan la transmisión de la información que se genera de acuerdo a las funciones y actividades que realizan cotidianamente los concejales electos, ya que de acuerdo a una primera aproximación de campo, se evidencia la falencia de una imagen institucional establecida como concejo municipal.

En cuanto a redes sociales, el concejo del Gobierno Municipal de Cobija solamente interactúa a través de Facebook en el que publica y mantiene informada a la población sobre las

principales actividades que viene desarrollando, dejando de lado las demás redes sociales que se encuentran en vigencia y de alguna manera limitando la interacción con la población en general.

Otra de las características es que se evidencia una escasa difusión de actividades de manera individual por cada concejal, que no representa el accionar del colectivo, esto sin duda, dificulta conocer el nivel de aprobación que tienen con la población y lograr una comunicación efectiva para priorizar en las necesidades más urgentes que requieren atención prioritaria, así como a aumentar la percepción de la transparencia por parte de la ciudadanía.

Asimismo, la página oficial de Facebook denominada “Concejo Municipal de Cobija”, cuenta con 3135 seguidores, lo que representa el 4% de la población de Cobija, de un aproximado de 78.555 habitantes según los cálculos de población del INE para el año 2020, lo que implica que esta página aún no ha logrado un gran reconocimiento y por lo tanto la interacción con la población aun es limitada, siendo este uno de los principales problemas identificados.

1.4. Formulación del problema

Los aspectos anteriormente mencionados, permiten plantear la siguiente interrogante

¿De qué manera las redes sociales contribuyen a mantener una comunicación entre el Concejo municipal con los habitantes de la ciudad de Cobija?

1.4.1. Preguntas secundarias

¿Cuáles son las redes sociales que maneja el concejo municipal para comunicarse con la población de Cobija?

¿Cómo es la percepción de los pobladores de Cobija respecto a los canales de comunicación que emplea el concejo municipal para interactuar con la población?

¿Cuál es la incidencia de la interacción entre el concejo municipal y la población a través de las redes sociales que dispone?

1.5.Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Analizar la importancia de las redes sociales como medio de comunicación digital entre el Concejo municipal y la población de la ciudad de Cobija, gestión 2023.

1.5.2. Objetivos específicos

Caracterizar las potencialidades de las redes sociales que maneja el concejo municipal para comunicarse con la población de Cobija

Determinar la percepción de los pobladores de Cobija respecto a los canales de comunicación que emplea el concejo municipal para interactuar con la población.

Establecer la incidencia de la interacción entre el concejo municipal y la población a través de las redes sociales que dispone.

CAPÍTULO II

DISEÑO METODOLÓGICO

2.1. Tipo de investigación

El tipo de la investigación con el cual se desarrolló fue a través de del tipo descriptivo, tomando en cuenta que esta puede desarrollarse con un enfoque cuantitativo o cualitativo, “el objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas” (Guevara, 2020, p. 171), de esta manera lo que se pretende es analizar la importancia de las redes sociales que cuenta el Concejo Municipal de Cobija, como canal de comunicación con la población.

Una característica de la investigación descriptiva es que se realiza en entornos naturales, ya que permite que la investigación se lleve a cabo en el entorno natural del sujeto de estudio, lo que garantiza la recopilación de datos honestos y de alta calidad, en este caso aplica a los concejales municipales, ya que los datos se obtuvieron en su fuente laboral, donde tienen disponibilidad de manejar sus redes sociales de manera inmediata. De la misma forma, la página oficial del concejo, que es manejada por un equipo de profesionales, donde los concejales tienen la disponibilidad de apoyarlos en todo momento.

2.2. Enfoque de la investigación

Una de las características de la investigación es que se desarrolló desde una perspectiva de un enfoque mixto o de ambos enfoques (cualitativo y cuantitativo), por un lado, permitirá

medir las variables respecto a redes sociales y los concejales en ejercicio del periodo de gobierno municipal 2021-2026, sin embargo, también permitirá conocer las percepciones de los usuarios de dichas redes es decir de la población.

Según la particularidad del estudio es necesario hacer uso del enfoque mixto, ya que como plantea Johnson y Onwuegbuzie “es el tipo de estudio donde el investigador mezcla o combinas técnicas de investigación, métodos, enfoques, conceptos o lenguaje cuantitativo o cualitativo en un solo estudio” (citado en Pereira, 2011, p. 17). En este caso, se pretende conocer la percepción de la gente respecto a las redes sociales que dispone el Concejo municipal, pero además contabilizar el nivel de interacción que existe entre la institución y la población.

Se optó por este enfoque considerando los objetivos planteados, mismos que buscaron la articulación entre ambos criterios (cualitativos y cuantitativos), ya que por un lado fue necesario identificar los criterios de las autoridades electas, conocer su modo de entender , lo que implica para ellos el convivir con la población a través de las redes sociales y la tecnología y los beneficios que traen hacia las autoridades y la población, asimismo, la parte cuantitativa está integrada en conocer los datos numéricos como cantidad de redes sociales que manejan, seguidores, interacciones diarias, información que comparten, entre otras.

2.3. Método

Desde un criterio cualitativo, el método seleccionado es el inductivo, tomando en cuenta que, con el mismo, se analizó las generalidades para llegar a una conclusión al recopilar y analizar los datos.

Al respecto en el método inductivo “quien investiga construye una imagen compleja y holística, analiza palabras, presenta detalladas perspectivas de los informantes y conduce el estudio en una situación natural” (Vasilachis, citado en Pereira, 2011, p. 24), es decir, se

investigó el uso de las redes sociales del concejo municipal y también el detalle de lo que opina la población respecto a la utilidad de las mismas para tener una comunicación fluida.

2.4. Población y muestra

2.4.1. Población

Para esta investigación se tomó en cuenta dos poblaciones de referencias:

En primera instancia, la población es el pleno del concejo municipal, es decir los 11 concejales que fungen como autoridades electas, durante la gestión 2021-2026. Asimismo, se considera a la población a partir de los 18 años de edad que habita el municipio de Cobija.

2.4.2. Muestra

Se conoce que la muestra significa una parte de la población total, sin embargo, considerando la particularidad del estudio la muestra uno (concejales), estuvo compuesta por los once concejales titulares que son parte del Concejo municipal, tomando en cuenta que fue necesario conocer el criterio de cada uno de ellos de manera individual

Para la selección de la población dos (habitantes de la ciudad de Cobija), no se tuvo un criterio estadístico, sino más bien fue lanzado en las redes sociales como encuesta online, mismas que según Arroyo y Finkell, (2019). “Las posibilidades y limitaciones de las encuestas online han condicionado tanto las estrategias de recogida de información como los diseños muestrales, ambos aspectos estrechamente relacionados”. se consideró a las personas que participaron en la encuesta virtual en el momento de recoger la información, dicha población se fue seleccionada a partir de los 18 años en adelante, mismas que ya son personas mayores con derecho a elegir y ser elegidos.

2.4.3. Tipo de muestreo

El tipo de muestreo considerado es el “Muestreos por cuotas, no probabilísticos” ya que en este tipo:

Las encuestas de consumo podrían diseñarse una muestra en función de algunas características como la frecuencia de consumo de un determinado producto o marca, edad y sexo. Estas cuotas no estarían en función de la distribución proporcional de estas características en la población, sino en función de las necesidades de comparación de resultados entre las categorías de estas variables u otras. (Arroyo y Finkell, 2019, p.44).

Considerando que el tipo de muestreo define de manera específica la forma de selección de la población con la se tomó contacto, en este caso la única condición muestral que tuvo fue la mayoría de edad de los participantes y como tema principal el uso de las redes sociales del concejo municipal y el conocimiento y la participación que tiene la población sobre ellas.

2.5. Técnicas de investigación

Las técnicas de investigación, permiten recabar información, para lo cual Quintana refiere que “Las técnicas son los procedimientos e instrumentos que utilizamos para acceder al conocimiento” (1999, p. 36). Bajo la perspectiva del autor, en la presente investigación se utilizó las técnicas de la entrevista con su respectivo instrumento.

2.5.1. Entrevistas

La entrevista “trata de extraer información sobre opiniones, creencias, concepciones, estados subjetivos del informante. Permite recoger la subjetividad” (Abero, 2015, p. 149). se utilizó la técnica de la entrevista, aplicada a los concejales y concejalas del municipio de Cobija, con el fin de escuchar su punto de vista sobre las redes sociales y la importancia que estos le asignan como canal de comunicación con la sociedad, considerando la utilidad de la información que puedan proporcionar.

El instrumento para la realización de la entrevista es la guía de entrevistas, con la cual se realizará las preguntas de forma ordenada y secuencial para el mejor trato de los datos obtenidos. Asimismo, se optó por entrevistar al director de comunicación, ya que es desde su unidad que se planifica la administración de la página oficial y todo lo que tiene que ver con la parte comunicacional del Concejo.

2.5.2. Encuestas

La encuesta es otra técnica que se toma en cuenta para el levantamiento de datos, considerando que:

La encuesta se emplea para recopilar las percepciones, opiniones o representaciones de los sujetos. Para ello, este cuestionario está compuesto por preguntas —abiertas o cerradas— formuladas con mucho cuidado y precisión; es imprescindible que estas sean claras y relevantes para poder recoger la información necesaria (Guevara, 2020, p. 26).

Esta técnica fue aplicada a la población de Cobija, realizada de manera virtual a 150 personas, esta técnica permitió llegar a la mayor cantidad de la población, quienes vertieron sus criterios referentes al Concejo Municipal y la utilidad de sus redes sociales para interactuar con ellos.

El instrumento de la encuesta es el cuestionario mismo que fue elaborado con opción de preguntas abiertas y cerradas, de acuerdo a la información obtenida.

CAPÍTULO III

MARCO REFERENCIAL

3.1. Marco Legal

El marco legal que presenta la investigación, tiene su sustento en la Constitución Política del Estado, La ley de autonomías y la Ley de los gobiernos autónomos municipales, en las cuales se establece las funciones de los Concejos municipales.

3.1.1. Nueva Constitución Política del Estado

En la Constitución Política del Estado, establece los principios de la Autonomía municipal y la funcionalidad de los concejos municipales, referidos en los siguientes artículos.

Artículo 284 El gobierno autónomo municipal está constituido por un Concejo Municipal con facultad deliberativa, fiscalizadora, y legislativa normativa municipal en el ámbito de sus competencias exclusivas; y un órgano ejecutivo, presidido por la alcaldesa o el alcalde.

Artículo 285 I. El Concejo Municipal estará compuesto por concejalas y concejales elegidas y elegidos mediante sufragio universal.

III. La Ley Marco de Autonomías y Descentralización determinará las condiciones de elección y el número de concejalas y concejales municipales.

Esta normativa establece que las facultades de los concejos municipales, la conformación de los mismos según la cantidad poblacional y la manera de elección que está determinada mediante el sufragio universal.

3.2. Ley de autonomía

Con la Ley Marco de Autonomías, se introduce en el sistema político boliviano cuatro tipos de autonomías (departamental, regional, municipal e indígena originaria campesina), que implementa el proceso de descentralización en Bolivia. Para el efecto, se prioriza la autonomía municipal y de manera específica los artículos que hacen mención a la conformación de los concejos municipales.

Artículo 33. (CONDICIÓN DE AUTONOMÍA). Todos los municipios existentes en el país y aquellos que vayan a crearse de acuerdo a ley, tienen la condición de autonomías municipales sin necesidad de cumplir requisitos ni procedimiento previo. Esta cualidad es irrenunciable y solamente podrá modificarse en el caso de conversión a la condición de autonomía indígena originaria campesina por decisión de su población, previa consulta en referendo.

Artículo 34. (GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL). El gobierno autónomo municipal está constituido por: I. Un Concejo Municipal, con facultad deliberativa, fiscalizadora y legislativa en el ámbito de sus competencias. Está integrado por concejales y concejales electas y electos, según criterios de población, territorio y equidad, mediante sufragio universal, y representantes de naciones y pueblos indígena originario campesinos elegidos y elegidos mediante normas y procedimientos propios que no se hayan constituido en autonomía indígena originaria campesina, donde corresponda.

II. Un Órgano Ejecutivo, presidido por una alcaldesa o un alcalde e integrado además por autoridades encargadas de la administración, cuyo número y atribuciones serán establecidos en la carta orgánica o normativa municipal. La alcaldesa o el alcalde será elegida o elegido por sufragio universal en lista separada de las concejales o concejales por mayoría simple. Artículo

35. (CONCEJO MUNICIPAL). La carta orgánica deberá definir el número de concejales o concejales y la forma de conformación del Concejo Municipal, de acuerdo a la Ley del Régimen Electoral.

En la presente ley coloca al municipio como el centro de decisión política donde la relación entre los gobernantes y los gobernados es más directa, lo que permite una mayor

participación de la sociedad y un mejor nivel de respuesta del sistema político a las demandas ciudadanas.

3.1.3. Ley de los gobiernos autónomos municipales

La ley de los gobiernos municipales, en su contenido tiene por objeto regular la estructura organizativa y funcionamiento de los Gobiernos Autónomos Municipales, de manera supletoria. En el mismo sentido, resalta las funciones atribuidas a los concejos municipales y regula los espacios de participación y control social donde está representada la población en general.

Entre sus artículos concernientes a la investigación se encuentran:

Artículo 4. (CONSTITUCIÓN DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL).

I. El Gobierno Autónomo Municipal está constituido por:

- a) Concejo Municipal, como Órgano Legislativo, Deliberativo y Fiscalizador.
- b) Órgano Ejecutivo

Artículo 19. (SESIONES DEL CONCEJO MUNICIPAL).

I. Las Sesiones del Concejo Municipal son públicas, pueden ser ordinarias o extraordinarias, y su convocatoria será pública y por escrito.

PARTICIPACIÓN Y CONTROL SOCIAL

Artículo 38. (ESPACIOS FORMALES).

I. Los Gobiernos Autónomos Municipales deberán generar instancias o espacios formales de Participación y Control Social para el pronunciamiento, al menos sobre:

- a) La formulación del Plan Operativo Anual y el Presupuesto Institucional y sus reformulados.
- b) Rendición de cuentas.

II. Los Gobiernos Autónomos Municipales podrán generar otro tipo de espacios para garantizar la Participación y Control Social.

Para el Caso del Municipio de Cobija, según la categoría municipal que se le asigna le corresponde la elección de 11 concejales cada una con su respectiva suplencia.

3.1.4. Reglamento general del Honorable Concejo Municipal de Cobija.

El objeto del presente Reglamento General es regular la estructura organizacional, atribuciones, funciones, instrumentos, procedimientos y la administración de recursos del Concejo Municipal de Cobija, en el marco de la Autonomía Municipal.

Artículo 14.- (CONCEJO MUNICIPAL) I.- El Concejo municipal es el Órgano Legislativo con facultad Legislativa, Deliberativa y Fiscalizadora, que ejerce sus facultades mediante el Pleno del Concejo.

Para el ejercicio pleno de su autonomía municipal el Concejo Municipal:

- a) Conformara su directiva de forma anual y al interior las directivas de sus comisiones de trabajo para el desarrollo de sus atribuciones.
- b) Podrá, según su capacidad financiera estructurar su Instancia Administrativa propia, que coadyuve al desarrollo de sus funciones.

Artículo 16.- (CONFORMACION). -El Pleno del Concejo Municipal se encuentra conformado por (11) concejales y concejalas en ejercicio o por el número de concejalas y concejales presentes que constituyen el quórum reglamentario, la mitad más uno.

AUDENCIAS PÚBLICAS

Artículo 119.- (NATURALEZA)Las audiencias públicas son instancias de conciliación, coordinación y contacto directo del Concejo y de las comisiones de Trabajo con la ciudadanía, representantes de organizaciones sociales, representantes de instituciones públicas y privadas, para tratar asuntos específicos y de interés común, en la búsqueda de soluciones a problemas planteados por la ciudadanía.

Artículo 122.- (TEMAS A CONSIDERAR). Las solicitudes de Audiencias para tratar temas de interés de la Organizaciones, Instituciones Públicas o Privadas o de la ciudadanía en general debe cumplir los siguientes requisitos:

- a) Las solicitudes deben estar plenamente justificadas y deben realizarse por escrito ante el presidente del Concejo.
- b) Deben representar una problemática que involucre a un sector social o comunidad, no deben tratarse problemas personales o individuales, a menos que estos tengan consecuencias para el sector o comunidad.
- c) Deben estar debidamente firmados por los representantes o solicitantes.
- d) Las solicitudes de audiencias una vez conocidos por el pleno deben tener el apoyo de por lo menos 2/3 de la mayoría absoluta de los concejales presentes.
- e) Si la solicitud tiene el respaldo suficiente para su tratamiento se incluirá en el orden del día de la audiencia siguiente.
- f) La solicitud pasara a la Comisión que tenga afinidad con el tema solicitado. Para su análisis y presentación como antecedentes en la audiencia Pública.

Artículo123.- (PROCEDIMIENTO PARA LA AUDIENCIA PÚBLICA) Las Audiencias Públicas se desarrollan en Sesión Pública de acuerdo al siguiente procedimiento:

- a) La sesión se instalara comprobando el quórum, y la asistencia del Alcalde (sa) Municipal y su equipo técnico del Gobierno Autónomo Municipal de Cobija, seguidamente el presidente cederá la palabra al presidente da la comisión encargada, quien expondrá los aspectos más importantes del tema a ser tratado en la audiencia pública posteriormente el representante o el ciudadano solicitante, realizara una exposición de las causas que motivaron a la solicitud, por un tiempo máximo de diez minutos a continuación los concejales harán uso de la palabra, solicitando aclaraciones de las exposiciones o para el tratamiento del tema expuesto luego de las aclaraciones se iniciaran la deliberaciones entre los miembros del concejo, respecto al tema tratado para llegar a conclusiones finalizada las deliberaciones, el presidente del concejo o de la comisión, expondrá las conclusiones a las que arribaren en esa sesión, debiendo estas ser aprobadas por los concejales ante del cierre de la audiencia para finalizar la sesión de la audiencia pública el presidente del concejo o de la comisión, comunicara la fecha para la firma de las actas de esa sesión así como da la resolución u Ordenanza según corresponda.

En el Reglamento General se rescatan dos secciones importantes, la primera que tiene que ver con la conformación del concejo municipal de Cobija, en el que informa que los concejales son un total de 11 titulares cada uno con su respectivo suplente.

En la sección siguiente, trata de manera particular las audiencias públicas, donde se toma en cuenta la participación ciudadana en el que cualquier grupo o sector de la población tiene la posibilidad de ser escuchado con las demandas que tenga que realizar.

De manera general, el marco legal presentado tiene como finalidad mostrar la leyes, normas y reglamentos tanto del concejo municipal de Cobija, que es la instancia donde se desarrolla la investigación, así como también involucra a la ciudadana como sujetos de derecho.

3.2. Marco teórico

El sustento teórico que se le asigna a la investigación esta plasmada en dos teorías, primero la teoría cibernética de las redes sociales en el que toma como punto que la información que se sube a ellas debe ser compartida la mayor cantidad de veces posible de esa manera la población reconocerá el trabajo que realizan quienes lo publican. Por otro lado, se expone la teoría de la opinión pública, donde su principal característica son los ciudadanos y la oportunidad que se les da de manifestarse y ser escuchados.

3.2.1. Paradigma del Pensamiento Complejo.

El paradigma del pensamiento complejo del filósofo y sociólogo Edgar Morin, citado por Girod (2022), hace referencia a la:

Capacidad de conectar diferentes dimensiones de la realidad. La realidad es un tejido compuesto por infinidad de tejidos; por otro lado, la estructura de la realidad se va haciendo cada vez más compleja a medida que la sociedad avanza. Por ello, para tener una opinión bien fundamentada sobre cualquier suceso o acontecimiento de la realidad es necesario que la persona reflexione sobre todo lo que compone cada suceso.

En ese sentido el paradigma del pensamiento complejo aplicado a la investigación servirá para hacer un análisis reflexivo de la comunicación digital y la forma de cómo está es utilizada por nuestra institución sujeto de estudio para comunicarse con su público.

Para Morin, (1998), el mundo constituye un todo inseparable y no se puede comprender sin entender cada una de sus partes y el compuesto global que forma. Por ello, el pensamiento complejo tiene una función globalizadora que trata de abarcar todas las perspectivas para comprender la realidad.

Tomando en cuenta que la comunicación digital está determinado por desarrollos tecnológicos que configuran nuevas formas de construcción de los mensajes (nuevas narrativas), nuevas dinámicas para la transmisión, distribución y exhibición de esos mensajes (nuevos medios), nuevas posibilidades de relación e interacción de los lenguajes y de los medios con el usuario (nuevos usos y apropiaciones), así como nuevas comunidades de consumidores creadas según intereses particulares (nuevas audiencias), en medio de un ambiente comunicativo caracterizado por la sobreoferta de contenidos.

3.2.2. Teoría cibernética

La teoría cibernética se ha escogido como la teoría general aplicable a las redes sociales.

Según López, en esta se busca desarrollar al máximo el nivel tecnológico que sustenta a la comunicación de masas con miras hacia la eficiencia. En este sentido, vale la pena recordar que el nivel tecnológico siempre ha sido importante en la comunicación, ya que ayuda en la intención de transmitir la información lo más rápido y eficientemente posible.

En la teoría cibernética se propone enfocar la información en un aspecto cuantitativo y no cualitativo. Esto se debe a que prima la masificación de la información y no su contenido; un punto vital de las redes sociales es que la información llegue a la mayor cantidad de personas posibles y estas repliquen el mensaje (1986, p.59).

El fin en la teoría cibernética es resaltar el poder de direccionamiento que pueda generar la información. Por tal razón, esta debe ser clara y presentar una intención específica para poder cumplir su cometido; en las redes sociales se observa que la información es capaz de generar pasiones y poner en marcha la opinión pública. En otras palabras, las redes sociales se han encaminado a ser un medio que transmite una gran cantidad de información a las masas de una manera ágil y eficaz.

Esta teoría aplicada a la investigación, tiene relación ya que lo que buscan los concejales es que, a través de las redes sociales, se pueda enviar la mayor cantidad de información posible de las buenas actividades que están ejecutando para que la población sea testigo del trabajo que desarrollan.

3.2.3. Teoría de la opinión pública

Esta Propuesta por Jürgen Habermas (1981), se plantea que existe un espacio público en el que todos los ciudadanos pueden ser partícipes. En este escenario, el individuo privado pasa a ser parte de lo público al expresar libremente su opinión sobre cualquier tema.

Opinión pública, significa cosas distintas según se contemple como una instancia crítica en relación a la notoriedad pública normativamente lícitada del ejercicio del poder político y social, o como una instancia receptiva en relación a la notoriedad pública, "representativa" o manipulativamente divulgada, de personas e instituciones, de bienes de consumo y de programas. En la publicidad concurren ambas formas de notoriedad pública, pero "la" opinión pública es su común destinatario: ¿qué relevancia tiene tal magnitud? Los dos aspectos de la notoriedad pública (y de la opinión pública) no están en una relación de norma y hecho –como si se tratara del mismo principio, cuya actuación efectiva restara meramente subordinada a la actuación lícitada por la opinión pública (y, análogamente, la conducta efectiva del público, subordinada a la conducta que de él se espera)–. Se trataría en ese caso de coordinar una magnitud ideal de la opinión pública con su configuración real; pero éste no es evidentemente el caso (citado en Mendoza, 2011).

La relación de la teoría de la opinión pública con las redes sociales es el espacio en el que el ciudadano puede desarrollar diferentes opiniones, análisis o críticas frente a cualquier tema de manera libre e independiente, a través de comentarios o al compartir la información. En las redes sociales, estas acciones hacen que la discusión se abra a la esfera social de cada individuo y que cualquier persona al interior de esta esfera pueda realizar la misma acción al difundir la discusión a una incontable cantidad de microesferas sociales.

Ambas teorías son importantes para la investigación, puesto que la primera- Teoría cibernética- se centra en el poder de las redes sociales como herramienta de divulgación de la información y la segunda – Teoría de la opinión pública- se sustenta en el poder y derecho de la ciudadanía a expresarse y ser escuchados.

3.3. Estado del arte

Para la construcción del estado del arte, se realizó la revisión bibliográfica de otros estudios que guarden relación directa con el objeto de estudio de la investigación, es decir las redes sociales, municipalidad y participación ciudadana. Al respecto se presentan los siguientes estudios desde una visión internacional, nacional y local.

En primera instancia se presenta el estudio titulado “El uso de las redes sociales como herramienta de comunicación en los Gobiernos Autónomos Descentralizados de la provincia de Chimborazo cantón Colta”, realizado por Parra (2019). La tesis procede de una investigación descriptiva a nivel general, y analítica a nivel específico y bibliográfico, en el mismo se analiza el uso de las redes sociales como herramientas estratégicas de comunicación para mantener un contacto cercano con los pobladores del cantón de Colta, es por ello que a través de este análisis permitió conocer la evolución de las redes sociales, la frecuencia con que los pobladores del cantón navegan en las mismas, cuáles son las redes más efectivas para subir la información del GAD Municipal del cantón de Colta, y si estas permiten mantener un contacto cercano con la ciudadanía.

Al finalizar el estudio se presentó una propuesta donde se proponen estrategias mediáticas para el GAD Municipal del Cantón de Colta con el objetivo de que exista más acercamiento hacia los ciudadanos.

Por otra parte, se encuentra Cardona (2016), con su tesis titulada “Implementación y uso de las redes sociales en la alcaldía de Manizales”, el cual tuvo como objetivo Elaborar el Manual de manejo de las Redes Sociales: Facebook y Twitter en el Municipio de Manizales, acorde a las directrices del Gobierno en Línea y las características del entorno político y social, para el efecto la investigación se trabajó bajo una perspectiva cualitativa, a un nivel descriptivo propositivo.

Sus resultados muestran que se definieron las herramientas que permitieron interactuar las diferentes esferas de la Administración Municipal con la comunidad en general. además, se evaluó de los mecanismos de contacto con la comunidad hasta llegar a la elaboración e implementación del Manual para el manejo de Facebook y Twitter del municipio de Manizales con los responsables, herramientas y mecanismos de manejo.

Por su parte, en Bolivia la investigación de Aguilar (2020), denominada “Uso de redes sociales en estrategias de comunicación política”. Estudio que está orientado a tratar un aspecto de singular importancia, el uso de las redes sociales para fines políticos.

Este trabajo es un análisis sobre la fusión en Internet y redes sociales de dos temáticas que siempre han estado relacionadas una con la otra: comunicación y política. Se explica cómo funciona esta sinergia y su importancia en el contexto político, analizando la política, a partir del uso de redes sociales, enfocándonos principalmente en conceptos, teorías y, por último, casos prácticos y actuales del contexto boliviano, así como del exterior.

Además de analizar el branding de las redes sociales en el ámbito electoral, su uso actual, la capacidad que tiene para atraer votos de manera efectiva y los usos específicos e impacto de las principales redes sociales del momento.

En relación a la metodología para abordar esta temática en esta investigación, se realizó una revisión crítica de la literatura con la que se cuenta, a través de un análisis cualitativo. Se analizó la evolución del uso de redes sociales en campañas políticas, se estudió el grado de influencia e importancia en campañas electorales. Para ello, se escogió a tres candidatos con reales oportunidades de ganar la elección: Luis Arce Catacora (MAS), Carlos Mesa (CC) y Jeanine Añez (JUNTOS). y como resultado del estudio se pudo identificar las diferencias entre las distintas redes sociales, sus características y sus limitaciones.

Por último, cabe aclarar que en el contexto local no se encontró información específica relacionada con el tema abordado, por lo que se reitera la importancia del estudio ya que el mismo servirá como antecedente para futuras investigaciones.

3.4. Marco conceptual

El presente marco conceptual toma en cuenta toda la terminología que se describe en el planteamiento del problema y el marco referencial.

A continuación, se exponen las siguientes definiciones:

3.4.1. La comunicación digital

La comunicación ha tenido un papel decisivo en el desarrollo del hombre, como un elemento activo de progreso civilizatorio, de forma que la tecnología de los medios de comunicación avanzados y su inserción en la cotidianeidad de los individuos, se convirtió con

fuerza en una línea de avance crucial para los proyectos históricos de las nuevas sociedades modernas.

La necesidad de la sociedad de mantener a los ciudadanos enterados, hace que el uso de las herramientas de comunicación, sean más frecuentes, accediendo fácilmente a diferentes tipos de información y conociendo situaciones que se viven en la actualidad. El papel de la comunicación es desarrollar un proceso de transmisión de información para el público obteniendo un feedback con la sociedad (Parra, 2019, p. 44).

La llegada de la comunicación digital por medio de las tecnologías, ha permitido la transformación y las formas de elaboración de los contenidos verbales, no verbales, visuales y multimedia, en todos los niveles.

El avance tecnológico de la digitalización llega y afecta también a las empresas, las instituciones de manera que más son las que se suman al uso que le dan a la tecnología, buscando alternativas de interactuar de forma permanente con sus clientes y su público.

3.4.2. La Comunicación de 2.0

En la actualidad dentro de la sociedad de la información comenzamos a hacer uso de los medios tecnológicos, la generación, procesamiento y transmisión de la información se convirtió en la principal fuente de productividad y poder, las organizaciones han desarrollado canales de información como la Intranet, blogs, redes sociales corporativas.

Estos nuevos canales de comunicación interna representan un reto y oportunidad para las organizaciones, que empiezan a sustituir la comunicación interna tradicional por la comunicación 2.0. Llamada también web, está encargada de implementar herramientas tecnológicas interactivas como redes sociales, las mismas que mantienen a sus miembros

conectados, en este modelo se está aplicado en las organizaciones, todos los miembros participan de forma activa en la comunicación interna y externa.

La comunicación 2.0 se la considera como un fenómeno social en la creación y distribución de contenidos en Internet, caracterizado por la comunicación abierta, la descentralización de autoridad, la libertad de compartir y usar dentro de un enfoque que trata a las relaciones humanas como conversaciones (Estévez, 2012, p. 126)

Por lo tanto, el gran impacto de la era digital junto con la internet es utilizado como medio de información unidireccional, con la aparición de la comunicación 2.0, la difusión se realiza de manera bidireccional, sin intermediarios y haciendo partícipes a los usuarios. La interacción que existe entre los usuarios está íntimamente relacionada con las redes sociales, por esta razón las instituciones han tenido un cambio en la manera de comunicarse hacia su público objetivo, integrando y colaboradores.

3.4.3. Las redes sociales

Las redes sociales pueden ser entendidas como mecanismos que ayudan a que las culturas periféricas y excluidas, emerjan hacia los centros de atención de la información, procurando además el reconocimiento de derechos fundamentales y humanos.

Las redes sociales en Internet es el lugar donde los usuarios publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas conocidos y desconocidos, las redes sociales son estructuras compuestas por personas conectadas por uno o varios tipos de relaciones con intereses comunes. (Grosseti, 2009, p. 45).

Sin embargo, antecede a la actual relación que se hace de estas como las herramientas interactivas de internet, donde confluyen infinidad de personas en un espacio virtual, siendo estos Facebook, Instagram, YouTube, etcétera. De esta manera podemos decir que la humanidad siempre ha formado parte de redes sociales y que estas como están configuradas actualmente por la tecnología, acompañan a la humanidad a lo largo de su día.

Las redes sociales digitales son las herramientas que mejor se adaptan a los preceptos planeados por la auto comunicación de masas, ya que incorporan el carácter dual en el contexto de una extensa red comunitaria de individuos en interacción permanentemente conectados. (Grosseti, 2009, p. 45)

De tal manera, hoy en día los gobernantes de todo el mundo las usan para posicionar su imagen y adquirir más seguidores. De igual manera, estos espacios digitales les han permitido a las entidades gubernamentales tener una relación más cercana con la comunidad.

3.4.4. Redes sociales y la administración pública

Las redes sociales abren la posibilidad de interacción entre usuarios y también la posibilidad de aumentar la relación entre la administración pública y el ciudadano y representa una gran oportunidad para asegurar, promover e instaurar la deseada participación de la ciudadanía en los asuntos públicos.

De acuerdo a Cardona, entre las ventajas de las redes sociales para la Administración pública, se pueden mencionar:

- ✓ Comunicación directa con la ciudadanía: Son una oportunidad para interactuar de forma sencilla y directa con los ciudadanos y fomentar su participación en la vida pública.
- ✓ Aproximación a la ciudadanía: Permiten conocer cuáles son los intereses ciudadanos y qué cuestiones les preocupan. Esto permite conocer de una manera más fidedigna la reacción social ante los proyectos de la Administración y ser más proactivos a la hora de adoptar medidas ante los temas que más preocupan a la ciudadanía.
- ✓ Fomento de la participación ciudadana: Las estrategias de comunicación actuales se deben enfocar a preguntar, debatir y recibir opiniones (positivas y negativas) respecto de la Administración.
- ✓ Mejora de las relaciones institucionales: No solo mejoran el flujo de comunicación con los ciudadanos, sino también con los trabajadores.
- ✓ Accesibilidad: La accesibilidad desde diversos medios: móviles, portátiles, tabletas, facilitan el intercambio de información con la Administración y responde a las consultas de forma ágil.
- ✓ Audiencia más amplia y diversa: La información de la Administración llega a grupos sociales a los que con otros instrumentos de comunicación no se conseguiría llegar.

- ✓ Canal de comunicación asequible: La difusión de información municipal a través de las redes sociales es menos costosa que la difusión a través de otros medios de comunicación (prensa, radio, TV).
- ✓ Mejora de la imagen corporativa: La presencia de la Administración en las redes sociales mejora su reputación, ya que facilita a los ciudadanos un medio para expresar su opinión respecto de la actuación política, el uso de recursos públicos y la actuación administrativa y en consecuencia se da una imagen de gobierno abierto y transparente (2016, p. 30).

En resumen, las redes sociales pueden utilizarse como canal de difusión; porque en la práctica la totalidad de los organismos públicos necesitan difundir información, a los ciudadanos o a personal interesado en sus actividades.

3.4.5. Comunicación organizacional

El ser humano por naturaleza siempre estará presto a relacionarse dentro de la sociedad promoviendo la comunicación desde las organizaciones donde tiene la capacidad para dirigir y liderar.

La comunicación organizacional se entiende como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio, o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápido los objetivos (Fernández Collado, citado en Cedaro, 2007, p.69).

En este sentido, al concebir la organización como un sistema podemos decir que la comunicación influye en el sistema social de la organización, tanto de manera directa como indirecta.

3.4.6. Comunicación digital

La comunicación digital es el intercambio de información y conocimiento haciendo uso de las herramientas digitales disponibles, al respecto se menciona que:

La comunicación digital facilita la interacción al instante entre medios de comunicación y el público, es una ramificación de la comunicación social, centrada en que cada individuo origina y comparte mensajes en medios digitales con el objetivo de formar un aumento de comercialización o importancia en cada una de sus actividades económicas, culturales o individuales. (Arango, 2013, p. 2).

Bajo ese criterio, la comunicación digital ha brindado herramientas para conectarse con personas de todos los lugares y para compartir ideas y lograr intercambiar todo tipo de información.

3.4.7. Canales de comunicación

Generalmente, los canales de comunicación son los medios de comunicación utilizados para transmitir mensajes específicos, en tal sentido se propone el siguiente concepto:

Los canales de comunicación son herramientas utilizadas por las empresas para establecer una relación con su público y comunicarse con ellos. son los medios físicos mediante los cuales se transmite el mensaje del emisor al receptor. Entre los muchos canales por los cuales se pueden comunicar los mensajes tenemos a la voz, la radio, el braille, la televisión, correo electrónico, celular, redes sociales, entre otros. (Hotmart, 2023.)

Bajo estos criterios, se considera que los canales de comunicación que se utilizan en el Concejo municipal, servirán de punto de partida para conocer el estado de participación entre los concejales y la población de Cobija.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Breve descripción del contexto de la investigación

4.1.1. El municipio de Cobija

La ciudad de Cobija, fue fundada el 9 de febrero de 1906; en base al Puerto de Bahía, mediante Decreto Delegacional, bajo la presidencia del Gral. José Manuel Pando. En el año de 1908 por orden del ministro de Colonización y Agricultura, Dr. Manuel Vicente Ballivián, se cambió el nombre de Puerto Bahía por el nombre de Cobija.

Cobija pertenece a la Provincia Nicolás Suarez, departamento Pando, se encuentra situada a orillas del río Acre, lo cual le confiere importantes características de conexión fluvial, en especial con las repúblicas del Perú y Brasil, factor que fue preponderante en el periodo del auge de la goma.

En los últimos años ha mostrado un crecimiento acelerado, siendo una de las ciudades capitales del país con altas tasas de crecimiento anual, producto principalmente de migraciones. El crecimiento del municipio no respondió necesariamente a una planificación del desarrollo local, sino por el contrario, fueron acciones espontáneas en respuesta a oportunidades de negocios (Gobierno Autónomo Municipal de Cobija, 2016).

Según el último Censo Nacional de Población y Vivienda realizado en el año de 2012, el municipio de Cobija tenía una población de 46.267 habitantes, 23.973 hombres 51,81% y 22.294 mujeres 48,19%, con una tasa anual de crecimiento estimada de 6,50%. (INE, 2015).

Del total de 46.267 habitantes, el 95.3 % pertenecían a la ciudad capital como área urbana y el restante 4.7% al área rural (INE, 2015), mismo que según proyecciones al 2020, Cobija es la población más poblada del departamento de Pando, con 78.6 miles de habitantes.

El municipio está conformado por 6 distritos, de los cuales 5 son urbanos y 1 rural, los 5 distritos urbanos cuentan con 74 barrios en total y el distrito rural cuenta con 16 comunidades. (Gobierno Autónomo Municipal de Cobija, 2022).

Tabla 1

Distritos y barrios del municipio de Cobija

DISTRITOS	BARRIOS
DISTRITO I	4
DISTRITO II	12
DISTRITO III	6
DISTRITO IV	17
DISTRITO V	12
DISTRITO VI	23
TOTAL	74

Fuente: Concejo Municipal de Cobija (2023)

El distrito 1, corresponde al más antiguo del municipio y considerado el casco viejo, el distrito 5 que corresponde a la zona rural del municipio y el distrito 6, que está conformado por los barrios de nueva creación, considerados en la actualidad como la zona periurbana de la ciudad.

Para efectos de la investigación se toma en cuenta a todo el municipio de Cobija, que implica los 6 distritos correspondientes.

4.1.2. Honorable Concejo Municipal de Cobija.

Según esta Ley de Descentralización Administrativa, los Gobiernos Autónomos Municipales tienen autonomía de gestión administrativa, técnica y financiera, patrimonio propio y definición indefinida. Su objetivo general es promover el desarrollo económico y social del municipio mediante el planeamiento regional, la realización de estudios de base, la formulación de programas y proyectos, actuando también en diferentes sectores del desarrollo regional, y concentrando sus inversiones en los campos de la infraestructura vial, (Gobierno Autónomo Municipal de Cobija, 2016, p. 47)

Por su parte, el funcionamiento del Concejo municipal es autónomo, amparado en la Ley municipal y en el caso del municipio de Cobija, su composición es de la siguiente manera:

Tabla 2

Concejales del municipio de Cobija

N°	CONCEJALES ELECTOS	PARTIDO O AGRUPACIÓN POLÍTICA
1	H. Yanapa Yujra	Movimiento Tercer Sistema (MTS)
2	H. Moreno Vaca	
3	H. Castedo Pérez	
4	H. Rodríguez Ibáñez	
5	H. Fernández Lima	Movimiento al Socialismo-
6	H. Domínguez Arias	Instrumento político por la soberanía
7	H. Melena Revollo	de los pueblos (MAS-IPSP)
8	H. Vargas Zelada	
9	H. Ruiz Moscoso	Columna de integración Ciudadana
10	H. Apaza Roldan	(CID)
11	H. Villavicencio Terrazas	Movimiento Democrático Autonomista

Fuente: Concejo Municipal de Cobija (2023)

Dentro de este marco, se recalca que el concejo municipal entre sus facultades establece elegir su estructura orgánica de forma anual y para la presente gestión se presenta de la siguiente manera:

Tabla 3

Conformación de la Mesa directiva: Gestión 2023

N°	CARGO	CONCEJAL
1	PRESIDENTE	H. Fernández Lima
2	VICEPRESIDENTE	H. Apaza Roldan
3	SECRETARIA	H. Yanapa Yujra

Fuente: Concejo Municipal de Cobija (2023)

La directiva de concejo municipal es la instancia que canaliza la planificación, organización, gestión, dirección, ejecución y representación del Pleno del Concejo Municipal, está conformada por concejales y concejalas que representan a las mayorías y minorías de las fuerzas políticas elegidas por mandato popular.

Tabla 4

Comisión de desarrollo institucional municipal: Gestión 2023

N°	CARGO	CONCEJAL
1	PRESIDENTE	H. Vargas Zelada
2	VICEPRESIDENTE	H. Ruiz Moscoso
3	SECRETARIA	H. Villavicencio Terrazas

Fuente: Concejo Municipal de Cobija (2023)

Tendrá la responsabilidad de velar por el desarrollo y fortalecimiento del Gobierno Autónomo Municipal, contribuyendo con una fiscalización integral y sistémica de la gestión municipal.

Tabla 5*Comisión de Desarrollo Humano Sostenible: Gestión 2023*

N°	CARGO	CONCEJAL
1	PRESIDENTE	H. Villavicencio Terrazas
2	VICEPRESIDENTE	H. Castedo Pérez
3	SECRETARIA	H. Domínguez Arias

Fuente: Concejo Municipal de Cobija (2023)

Tendrá la responsabilidad de velar por la calidad de vida de la comunidad, articulando actores públicos y privados para concertar políticas de desarrollo humano y el logro de resultados establecido en el PDM, POA y proyecto del Gobierno Municipal

Tabla 6*Comisión especial de fiscalización y seguimiento del proyecto de agua potable y alcantarillado sanitario de Cobija: Gestión 2023*

N°	CARGO	CONCEJAL
1	PRESIDENTE	H. Vargas Zelada
2	VICEPRESIDENTE	H. Ruiz Moscoso
3	SECRETARIA	H. Melena Revollo

Fuente: Concejo Municipal de Cobija (2023)

Tendrá la responsabilidad de velar por las inquietudes del municipio en relación al agua y realizar la fiscalización correspondiente. Además, hacer seguimientos de proyectos para el municipio de Cobija.

Tabla 7*Comisión de Desarrollo político municipal: Gestión 2023*

N°	CARGO	CONCEJAL
1	PRESIDENTE	H. Domínguez Arias
2	VICEPRESIDENTE	H. Rodríguez Ibáñez

3	SECRETARIO	H. Vargas Zelada
---	------------	------------------

Fuente: Concejo Municipal de Cobija (2023).

Tendrá la responsabilidad de consolidar y elevar la credibilidad de la ciudadanía en el Gobierno municipal, vinculándolo con otros niveles de la administración pública con los cuales existe relación y con organizaciones privadas.

Tabla 8

Comisión de Ética: Gestión 2023

N°	CARGO	CONCEJAL
1	PRESIDENTE	H. Domínguez Arias
2	VICEPRESIDENTE	H. Ruiz Moscoso

Fuente: Concejo Municipal de Cobija (2023).

Es conformada y designada en la primera sesión ordinaria y ejerce autoridad en el marco de las atribuciones y funciones, de acuerdo al Código de Ética y su Reglamento, teniendo por objeto llevar adelante procesos administrativos internos.

Tabla 9

Comisión especial de la carta orgánica: Gestión 2023

N°	CARGO	CONCEJAL
1	PRESIDENTE	H. Melena Revollo
2	VICEPRESIDENTE	H. Rodríguez Ibáñez
3	SECRETARIO	H. Vargas Zelada

Fuente: Concejo Municipal de Cobija (2023)

Esta comisión, se encuentra dentro de las consideradas comisiones especiales y cada concejo municipal tiene la facultad de crearlas por un periodo de tiempo determinado de acuerdo a la necesidad municipal.

4.2. Presentación de resultados

Los datos obtenidos, son resultado del trabajo de campo realizado a dos poblaciones, por un lado, los concejales del municipio de Cobija, así como a la ciudadanía que hace uso de las redes sociales.

En la aplicación de las técnicas, la entrevista fue realizada a 10 de los 11 concejales quienes accedieron de manera cordial, sin embargo, con la H. Apaza Roldan no fue posible la concreción de una entrevista a pesar que la misma cuenta con redes sociales activas y tiene en su equipo un personal de uso exclusivo para el manejo de página social.

A partir de un análisis general se muestran en tres categorías combinando datos cualitativos extraídos de las entrevistas realizadas a los concejales y el personal de la unidad de comunicación, los datos cuantitativos se obtuvieron de las encuestas on line realizadas y que fueron dirigidas específicamente a la población en general.

4.2.1. Redes sociales que utiliza el concejo municipal para comunicarse con la población

4.2.1.1. Formas de comunicación del concejo con la población de Cobija.

En la actualidad las formas de comunicación que establecen los individuos son variadas, ya que cada vez más se va buscando nuevas alternativas de llegar a la mayor cantidad de personas, principalmente cuando el objetivo es la difundir las actividades públicas, de esta manera Campillo-Alhama (2010) sostiene que, a través de diversos procesos comunicativos y relacionales:

Las administraciones se dirigen a la ciudadanía para transmitir todo tipo de mensajes relacionados con el desarrollo de competencias públicas, unos procesos que se justifican desde la premisa fundamental de que el ciudadano, como epicentro de la acción de gobierno local, debe estar informado de todas aquellas actuaciones e iniciativas administrativas que pueden incidir en su condición de ciudadano-administrado. (Citado en Cervi, 2022, p. 5).

Tomando en cuenta este criterio, se expone las formas de comunicación que han implementado los concejales municipales electos por diversos partidos o agrupaciones políticas en la ciudad de Cobija. Se puede decir que por los datos obtenidos se dividen en grupos, aquellos concejales que hacen uso de las formas actuales de comunicación se dan a través de las redes sociales y aquellos que optan por los medios tradicionales y también los que hacen articular diferentes medios para lograr la comunicación con la población.

Los que utilizan las *redes sociales*, manifiestan los siguientes criterios:

La forma de poder acercarme y comunicar un poco del trabajo que realizo desde el concejo municipal justamente son las redes sociales principalmente el WhatsApp, mediante los estados en los que diferentes contactos no de la de trabajo de diferentes estos grupos sociales, digamos este están viendo no de manera diaria por otro lado también el Facebook sobre todo en Facebook, este que he creado un perfil de trabajo, ¿no? Porque no no mezclo un poco digamos lo personal con lo de trabajo ya que en el Facebook personal de repente digamos hay otro tipo de intereses, no personas que están como más por entretenimiento más que por informarse no de todas maneras este sí me sirve de enlace, no para poder compartir un poco de esa información y este también utilizo lo que es el Instagram De manera no tan regular, pero, pero también para poder comunicarnos (Castedo, comunicación personal, agosto, 2023)

Mi pensamiento es poder hacerle conocer a la población mediante un ejemplo, mi página que maneja tengo una persona que maneja los trabajos que hago que se publica a mi nombre que está Sofía Yanapa concejal de Cobija y así que mediante eso es que pueden ver muchos puede ingresando a mi página pueden ver cada día, cuántos trabajos hacemos al día 2 3 4 hay veces uno es depende de cada día, (Yanapa, comunicación personal, agosto, 2023).

Los concejales que utilizan otros medios, cotidianamente llamados tradicionales, es decir que para transmitir cualquier información prefieren hacerlo a través de la radio, la televisión indica que solamente utilizan sus redes sociales de manera personal.

Mire, y yo particularmente no utilizo muchas redes sociales, no para difundir el trabajo, si los medios de comunicación a través de los medios de comunicación y formamos del trabajo que nosotros realizamos. A través de los medios radiales o digitales, eso serían los medios que nosotros hacemos conocer el trabajo que realizamos día a día y la del

concejo municipal que tiene la página oficial (Fernández, comunicación personal, agosto, 2023)

Es así que, para algunos concejales, la forma más apropiada de comunicar a la población sus actividades que realizan, lo hagan a través de los diferentes medios de comunicación “Más que todo me aboco al tema de ir a los medios de comunicación”. (Vargas, comunicación personal, agosto, 2023), señalando que en estos medios la información se transmite de manera más apropiada.

Asimismo, hay concejales que sostienen que para comunicarse con la población deben de buscar diversas vías, ya que existen diferentes públicos, los que hacen uso de las redes sociales y los que optan por los medios tradicionales y se tiene que buscar la forma de que toda la ciudadanía este informada de las actividades que realizan, por lo que la información de sus actividades las publica de las dos formas.

La manera más efectiva que tenemos nosotros los concejales para comunicarnos con la población es a través de la creación de nuestras páginas por Facebook, nuestras páginas permiten que nosotros informemos de todas las actividades que desarrollamos día a día una de las características que tiene mi página que no he visto en página de otros colegas concejales. Es que yo publico mi agenda de actividades cada día es una manera de que la población sepa, cuáles son las actividades que desarrollo pero esto me ha ayudado bastante también con los medios de comunicación, porque los medios de comunicación ven la agenda y de acuerdo a la temática cuando es de interés de cobertura, entonces ellos se personan directamente al lugar, ha sido muy bueno, nos ha dado buen resultado y bueno también otra de las maneras para comunicarnos con la población es a través de los medios de comunicación masivos. Ya sea radio televisión prensa escrita digital, pero los medios normalmente dan cobertura cuando el tema es de máximo interés, pero en el Concejo nosotros atendemos actividades de máximo, pero también atendemos actividades que son pequeñas actividades digámoslo así, pero también importante para el desarrollo del trabajo (Melena, comunicación personal, agosto 2023)

En síntesis, de la información recolectada, se puede rescatar que los concejales buscan las formas de estar siempre comunicados con la población y poder informar por algún medio las actividades cotidianas que realizan.

4.2.1.2. Difusión de actividades cotidianas de los concejales

Es importante que los concejales mantengan una vía de comunicación con la población y como se vio anteriormente se buscan los mecanismos para llegar a su público, la difusión de las actividades permite a la población hacer un seguimiento al cumplimiento de las funciones que deben desarrollar como funcionarios municipales, a lo cual, se les consultó cuales son las formas de difusión de las actividades que realizan, los concejales emitieron las siguientes versiones.

Difundo a través de las redes sociales, como te mencionaba a través del Facebook normalmente hacemos, ¿eh? Una pequeña redacción de la actividad.

A veces hacemos vídeos a veces hacemos mensajes dependiendo de la actividad dependiendo de la fecha también utilizamos diferentes contenidos. (Melena, comunicación personal, agosto 2023).

Ya, este ya con mediante una página que tengo como concejal, tengo una página que es personal mío, pero tengo una página también que tengo como concejal que puedo dar todo tipo de información. (Rodríguez, comunicación personal, agosto, 2023).

A través de una página personal que nosotros tenemos y como le decía aprovechar los medios de comunicación cuando nos hace invitación para nosotros difundir todo el trabajo que venimos realizando (Fernández, comunicación personal, agosto, 2023)

Planifico las actividades relevantes que serán importantes difundir tanto el inicio como el resultado logrado. Contrato un profesional diseñador gráfico para que elabore la gráfica del material estático recopilado, y de manera visual el público entienda el objetivo que se busca y los logros obtenidos. El diseñador gráfico coordina con el asesor para detallar el texto. (Villavicencio, comunicación personal, agosto, 2023).

Como se puede observar a través de los datos, los concejales difunden sus actividades periódicamente a través de las distintas plataformas de las redes sociales, con mayor alcance el Facebook.

4.2.1.3. Redes sociales institucionales

Cada administración emplea estas plataformas de la forma que mejor sirve a sus objetivos, o como les resulta posible de acuerdo con sus circunstancias. Por ejemplo, algunas

administraciones pueden considerar conveniente explotar únicamente los potenciales de difusión de información, mientras que otras procuran avanzar hacia usos más participativos y colaborativos.

Las redes sociales, hoy en día, son elementos fundamentales para comunicarse y mantener contacto; pero ¿cómo han influenciado en la participación y movilización ciudadana?, esta es una consulta que se la transfiere a quienes administran la unidad de comunicación del Concejo municipal de Cobija, ya que lo se busca es conocer cuáles son las redes sociales que se maneja de manera institucional y saber cuál es el alcance de la misma.

En ese sentido se tiene las siguientes aseveraciones:

El tema de las redes sociales en el concejo municipal de Cobija tiene un tiempo relativamente corto de ser usado porque estas en su conjunto de repente recién se están formando como una parte indispensable de la información hacia la ciudadanía. Como todos nosotros sabemos, antes el trabajo de los medios de comunicación eran los tradicionales, o sea dábamos la información se daba la información a través de lo que era el canal, la radio y la misma prensa escrita que es el periódico, entre lo que es los digital tengo entendido en un poquito de casi dos años que estoy trabajando las redes de la red más importante y más usada de repente es el Facebook, no que bajo el criterio de la información al tipo de público que nosotros estamos queriendo llegar entonces creemos que el Facebook es una herramienta una red social importantísima para poder replicar esta nuestra información, sin embargo, nosotros como concejo queremos siempre ir innovando y además haciendo que la información llegue un poquito más allá, no? Entonces no está descartado el poder hacer un enlace en enlace con Twitter no con el Instagram y sin duda alguna. De una u otra forma manejar el tema del Tik Tok que también entra la información, no o que también es parte de la información, sin embargo, ahorita la red más importante es el Facebook y ese es el criterio el criterio básicamente es el tema del público que nosotros estamos enfocados que es un público, derrepente entre los 20 años hacia adelante. (Buitrago, comunicación personal, agosto, 2023)

La incursión en las redes sociales es relativamente nueva, por lo que en la actualidad la única red social oficial que se maneja de manera institucional es el Facebook, en donde se publica las principales actividades que realizan los concejales, tales como las sesiones, actos,

rendición de cuentas y demás actividades que son de carácter público y que atañen a todos los miembros del concejo y no así de manera individual.

4.2.1.4. Uso de la página oficial del concejo por cada concejal de manera individual

Respecto al uso de la página oficial del Concejo Municipal, se les consultó a los concejales si estos hacían uso de este medio para difundir información de las actividades que realizaban de manera individual, sus respuestas argumentan los siguientes puntos:

En mi página personal todos los días todos los días, inicia, mi página con la publicación de mi agenda de actividades, puedes darle una chequeada página y posteriormente las actividades que voy desarrollando como soy una figura pública no solamente público en mi página 100% las actividades del Concejo también en alguna oportunidad publico alguna foto familiar porque me identifica como persona y alguna actividad también en el ámbito académico porque soy docente de la Universidad Amazónica de Pando. Entonces me gusta que mi página esté completa con las actividades del Concejo en alguna oportunidad una foto familiar ya que también uno tiene familia tiene nietos tiene hijos y en alguna oportunidad también actividades académicas de manera que en mi página tengo todo lo que lo que se publica al día a día al extremo que deje de lado mi Facebook personal porque la verdad que también te toma un tiempo administrar una página de estar al pendiente y como tiempo es lo que uno casi no tiene entonces me dedico solamente a la página oficial obviamente que alguien la maneja, un comunicador social, pero uno siempre tiene que estar pendiente de lo que se publica y cómo se publica dentro de su página porque al final es tu imagen, la que se está mostrando (Melena, comunicación personal, agosto de 2023)

Mayormente este en la página del Concejo no, la página del Concejo prácticamente da cobertura a las actividades de las comisiones que tenemos, pero como le digo individualmente, no las hace (Rodríguez, comunicación personal, agosto de 2023)

No, de manera individual, solo las actividades que son realizadas en el plenario del concejo municipal o alguna otra actividad que se realiza con directiva del concejo. (Villavicencio, comunicación personal, agosto de 2023).

No porque eso lo maneja personal de Presidencia del Concejo Municipal y este ellos. Por el tema político suben lo que ellos quieren solamente y cubren lo que ellos ven pertinente no, pero de manera personal (Castedo, comunicación personal, agosto de 2023)

De todas las respuestas obtenidas, se concluye, que los concejales no hacen uso de la página oficial para publicar actividades individuales, sino más bien, la información subida por este medio es de manera general, por lo que para las actividades específicas que realizan de manera individual cada uno hace uso de su página o redes sociales personales.

4.2.1.5. Propósito de la información emitida en las redes sociales.

Es importante conocer cuál es el propósito de la información que los concejales suben a sus páginas sociales en las redes, ya que al ser personas con cargos públicos que son elegidos por la población, las referencias fueron las siguientes:

Bueno, el propósito es difundir lo que se hace, porque a veces las personas dicen esta es una autoridad y no hace nada, entonces una de las cosas importantes que tiene que hacer todo funcionario público peor si está en un cargo electo de autoridad, entonces tiene que difundir lo que hace si alguna vez dice Yusara no hizo nada el viernes, entonces vos vas al viernes y te fijas y eso no hizo y realmente hizo entonces es como un registro también que me sirve a mí le sirve te sirve para tu investigación sirve a cualquier persona que quiera ver cuáles son las actividades que vamos desempeñando desde la actividad, que vamos cumpliendo en este caso desde el Concejo Municipal. (Melena, comunicación personal, agosto de 2023)

¿Es depende de cada uno de los seguidores ellos tienen que analizar porque claramente ahí se deja el escrito que soy de hecho dónde estaba quién no he hecho y quiénes estaban todo eso no? ¿Y así que ellos tienen que analizarlo tal vez muchos no lo conocían, pero hoy en día lo están conociendo quién es quién y dónde está? ¿Y dónde es eso? ¿No? Y así que yo creo que es por ese lado eso. (Yanapa, comunicación personal, agosto de 2023)

Es lograr informar de manera inmediata el estado actual que se encuentra la institución pública municipal, ya sea positivo o negativo, como también las propuestas de leyes planteadas para coadyuvar a normar lo requerido en el municipio de cobija. (Villavicencio, comunicación personal, agosto de 2023)

Bueno el propósito es que la población pueda conocer un poco el trabajo que va que bueno mi persona como concejal viene haciendo y sobre todo el beneficio que la población puede tener no un ejemplo yo he sido proyectista y he presentado el proyecto de regularización de construcciones fuera de norma que es algo muy importante y que es algo donde la ciudadanía está pudiendo acceder ahora estamos con el proyecto de bajas de vehículo de una amnistía por primera vez entonces algo que también la

población está esperando hace mucho tiempo ya esperemos que pronto sea aprobada y también lo que viene a ser el proyecto de Ley de Fiscalización no son proyectos muy importantes que la población tiene que conocer no y es un medio para independientemente de los medios de comunicación que también hacemos pero este es importante que la población también pueda conocerlo. (Domínguez, comunicación personal, agosto de 2023).

De todos los datos recolectados por los concejales, existe el mismo propósito que se sintetiza en informar a la población de las actividades que realizan y del trabajo que vienen desarrollando en beneficio del municipio y sobre todo de las funciones que deben cumplir estas autoridades municipales y que muchas veces no es de conocimiento por la población.

4.1.1.6. Clasificación de la información compartida en las redes sociales

Para comprender como se realiza la clasificación más importante que merece ser compartida en redes sociales y que sea de conocimiento de la población, se consultó a los responsables de la administración de las páginas sociales, quienes argumentaron lo siguiente:

¿La verdad que es general, no? Y mayormente político mostrando todo el trabajo que ellos vienen haciendo porque una de las dificultades también tal vez que vemos, es de que muchas personas creen que el concejal está solamente sentado sesionado y ganando dinero, o sea, es la percepción de la población sin embargo, nosotros como comunicadores como aquellos que manejamos tal vez la página nuestro deberes es poder informar a la población de que aquel concejal no solamente está sentado en una silla sesionando y ganando dinero, sino que es aquel que se preocupa por el pueblo, se está preocupando por todos los ciudadanos de Cobija y para ello ellos tienen diferentes actividades diferentes fiscalizaciones que estamos siempre, no, de la mano del tema de la comunicación para mostrar el trabajo y difundir sobre todo el trabajo que vienen desarrollando.(Buitrago, Comunicación personal, agosto de 2023).

La Dirección de Comunicación, tiene la autonomía de decidir la información más pertinente esto siempre lo realizan con el visto bueno de los concejales involucrados, porque ellos son la imagen que se proyecta al público, y lo que se diga será cuestionado o aceptado por la población:

Sí es importante que el los concejales en este caso den el visto bueno del del contenido como tal, pero nosotros tenemos la autonomía y yo como responsable de comunicación tengo la autonomía de hacer la redacción correspondiente de la nota de prensa o del copy y de acuerdo a ello coordinar con asesoría legal en este caso con o con el mismo concejal ya sea esta para subir contenido o contenidos también visuales no? Entonces el como nosotros clasificamos la información la información debe ser, es de acuerdo a la conclusión que se tiene porque la gente necesita saber se va a hacer esto nosotros pedimos esto en nuestro barrio y esto de aquí es la conclusión, que hace de acuerdo a lo que se quede en la reunión correspondiente de cada una de las sesiones (Rivero, Comunicación personal, agosto de 2023).

Cabe recalcar, que la información que se publica siempre es de las actividades realizadas por el pleno del concejo y no así de manera individual y a su vez, esta página esta administrada por la Dirección de comunicación, que trabaja de manera directa con la presidencia del concejo municipal de Cobija.

4.2.1.7. Ventajas y desventajas de la información emitida en redes sociales

Las redes sociales fomentan la participación directa del público en las actividades políticas. A diferencia de los medios tradicionales (televisión, radio y prensa escrita), las redes sociales brindan acceso abierto y gratuito a sus usuarios, generando una comunicación directa con los políticos.

Al respecto se consultó cuáles son las ventajas y desventajas que se tiene al momento de publicar información relativa a sus actividades y funciones realizadas, las respuestas señalan lo siguiente:

Bueno los beneficios de que la gente se pueda informar pueda conocer también porque siempre hay veces dicen hay personas tal vez de barrios muy alejados o personas que no conocen quienes son los concejales, Entonces para que conozcan quiénes son sus concejales para que puedan acudir al Concejo también sobre cualquier necesidad duda demanda el tema municipal y puedan conocer el trabajo y sobre los digamos lo que viene a ser en contra sería de que bueno también como digo somos autoridades públicas y estamos expuestas muchas cosas entonces muchas veces también utilizan imágenes que tenemos dentro de nuestras redes para tal vez hacer este una publicidad en contra de nosotros pueden utilizar nuestras imágenes para hacer como perfiles falsos digamos salir a hablar mal de nosotros entonces esas también la parte de que al mismo hecho de

ser pública pueden utilizar nuestras imágenes para algo. (Domínguez, Comunicación personal, agosto de 2023).

Los beneficios, comunicar a la población mantenerlos informados recabar como le digo diferentes iniciativas diferentes críticas constructivas, ¿no? Porque siempre va a haber que se puede hacer algo más, se puede mejorar y eso es eso es bueno, ¿no? Que podamos conocer y lo negativo, pues de que se expone no a diferentes estos comentarios negativos de gente, que no, como le puedo decir que se dedica solamente a malintencionadamente criticar, pero no proponer algunas cosas positivas, no que se pueden tomar en cuenta (Castedo, Comunicación personal, agosto de 2023).

En relación a esta idea, las concejales señalan que entre las ventajas de la información en redes sociales, es que se viraliza de manera más rápida, llega a mayor cantidad de personas, en sí, se logra el objetivo que es la comunicación, empero las desventajas señaladas refieren que las redes sociales pueden ser un arma de doble filo, ya que por un lado se puede interactuar, pero se desconoce la identidad que se encuentra al otro lado de una pantalla, eso muchas veces repercute en comentarios negativos, mal intencionados que dañan la integridad de las personas.

1.2.1.7. Utilidad de las redes sociales oficiales del concejo municipal y de los concejales de manera individual.

A pesar de que los individuos se regulan naturalmente, las redes sociales permiten una libertad de expresión en la que no es posible que un sujeto político sea hostigado o acallado por otro. De este modo, puede que las redes sociales sean el espacio más cercano a la teoría de la opinión pública de Habermas (1981).

Las redes sociales de ser utilizadas de forma adecuada y profesional son herramientas útiles para aumentar la calidad de los servicios públicos, avanzar en transparencia, impulsar la participación de la población mejorando su comunicación, creando un gobierno más cercano y empático con los ciudadanos.

Para obtener información relevante, se le consulto a la responsable de comunicación, cuál era su criterio respecto a la utilidad de las redes sociales para ser utilizada de manera institucional, su criterio responde a lo siguiente:

Muy útiles creo que sin desmerecer el tema de medios de comunicación masiva las redes sociales tienen una información mucho más veraz, no el tema de la transmisión en vivo cuando esta tiene toda la parte técnica muy bien establecida, no se escucha bien, se tiene una filmación de calidad la información se la pueda dar se la puede dar de manera inmediata. Entonces creo y considero que es una herramienta útil para que la población también conozca el trabajo que realizan los concejales del municipio cobija. (Rivero, Comunicación personal, agosto de 2023).

Asimismo, también se tomó en cuenta el criterio del auxiliar de comunicación, que es el que maneja el criterio de las redes sociales, el cual tiene la predisposición de seguir innovando en distintas redes sociales y no solo tener presencia en Facebook como hasta ahora se ha considerado.

Definitivamente que son muy útiles las redes sociales y es más hay que implementar. Me que trabajar con las diferentes plataformas, estamos hablando de Instagram de Tik Tok que estamos elaborando una propuesta justamente para para poder llegar a mucha más población porque realmente ahora estamos en la era de la conectividad. Ya no estamos en la era de los medios tradicionales no es cierto. Entonces que nos tenemos que actualizar y de la mejor manera hoy en día todos tenemos un celular en nuestras manos, entonces el hecho de que utilicemos redes sociales, es muy importante y del Concejo Municipal en sí para mostrar todo el trabajo que vienen desarrollando por el bien, no de los ciudadanos (Buitrago, Comunicación personal, agosto de 2023).

Es así que con los aspectos mencionados se puede decir que los municipios o en todo caso los concejos pueden ver en las redes sociales una herramienta clave para proporcionar respuestas inmediatas a la población sobre asuntos particulares. La información publicada puede resultar útil, para toda la población en general.

Así también, se toma en cuenta lo mencionado por los concejales respecto a la utilidad que ellos consideran tienen las redes sociales al momento de transmitir un mensaje a la población.

Es de mucha utilidad, porque hay proyectos de ley importantes que yo he propuesto que algunos están en vigencia, algunos son nuevos para su aprobación y sobre todo el tema de la fiscalizaciones y seguimiento que vamos haciendo no solo como comisión política, sino dentro de las diferentes comisiones que yo hago parte (Domínguez, comunicación personal, agosto de 2023).

Por otra parte, también es importante tomar en cuenta aquellas visiones que indican que además de las redes sociales, se debe seguir informando a la población a través de los medios de comunicación tradicionales, ya que de esa manera se verifica el cumplimiento de las funciones, puesto que se hace seguimiento y no solo se escucha una versión.

Bueno, yo creo que sí, pero yo me voy más al tema de que tenemos que interactuar con la población más directamente no porque bueno las redes sociales son útiles, pero tengo el concepto de que es mejor actuar de frente con la población a estar con ellos activamente y ver los problemas que tienen para quienes solucione el Ejecutivo Municipal (Vargas, comunicación personal, agosto de 2023).

Esto sin duda, aporta al análisis que estos funcionarios electos por las personas que viven en el municipio de Cobija, deben buscar diferentes vías para llegar e informar a la población a través de acciones que le permitan transparentar el cumplimiento de funciones que deben realizar en el tiempo de su mandato.

4.2.2. Percepción de los pobladores de Cobija respecto a los canales de comunicación que emplea el concejo municipal para interactuar con la población.

Los datos obtenidos en esta categoría fueron obtenidos de la aplicación de encuesta en línea dirigido a la población en general, los cuales muestran datos cuantitativos.

4.2.2.1. Redes sociales con mayor participación en la ciudadanía

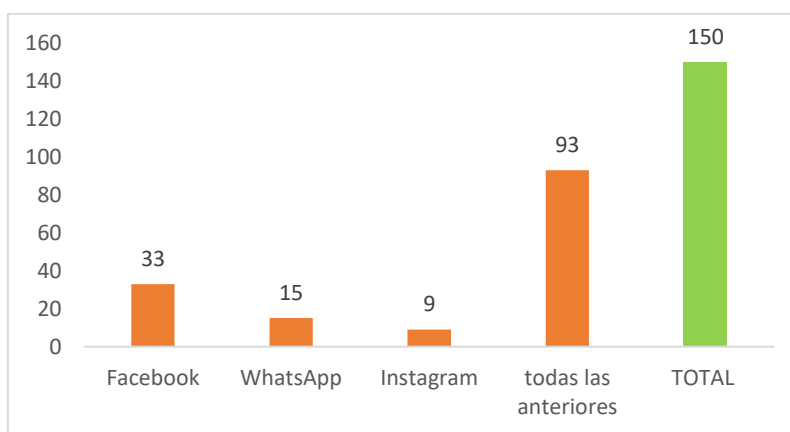
Actualmente, en la sociedad encontramos una gran participación política y social a través de las redes sociales como Twitter y Facebook especialmente. Estas herramientas han

permitido a las personas manifestar su opinión sin censura, crear contenido (imágenes o videos sin mayor restricción), participar desde cualquier lugar del mundo y en todo momento, en debates y discusiones sobre diferentes temas de interés común y enterarse de todo tipo de eventos.

A raíz de ello, se consultó a la sociedad del municipio de Cobija cuáles son las redes sociales que más utilizan, esto con el fin de contrastar la relación con la red social oficial que dispone el Concejo, los resultados se plasman en la siguiente figura:

Figura 1

Redes sociales que más utilizan en el municipio de Cobija



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas (2023).

Como se puede observar, la presente figura fue resultado del análisis de 150 encuestas realizados de manera digital, donde no señalan una red social específicamente, sino más bien, disponen de varias redes sociales dándoles diferentes usos. Esto de alguna manera debe tener relación con lo anteriormente mencionado que el concejo municipal debe de actualizarse y abrir nuevas y más plataformas digitales para llegar a la mayor cantidad de personas, considerando que en la actualidad solo hacen uso del Facebook.

4.2.2.1. Conocimiento y cantidad de seguidores de la página del concejo en redes sociales.

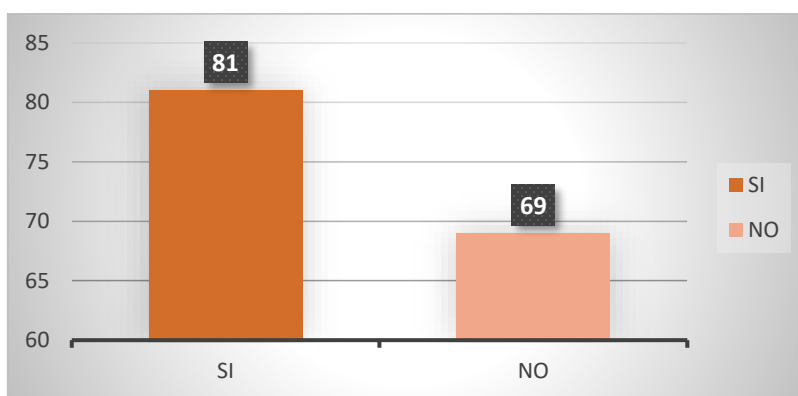
Relacionando este acápite con la *teoría cibernética* en la que hace mención que la información se enfoca en un aspecto cuantitativo y no cualitativo, da cuenta de la importancia

del número de seguidores que cada persona tiene, pues de esa manera la información que transmite llega a la mayor cantidad de personas.

Es necesario saber si las personas tienen conocimiento de las páginas oficiales que dispone el concejo municipal, por lo cual se consultó a la población, las repuestas se plasman en la siguiente figura:

Figura 2

Conocimiento de la página de Facebook oficial del concejo municipal de Cobija



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas (2023).

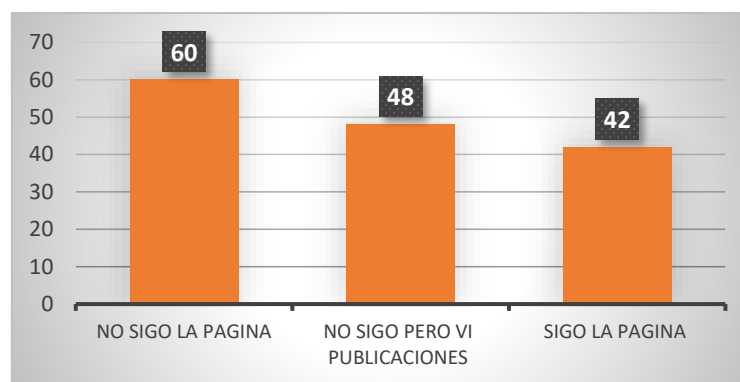
Según el presente gráfico 81 de los 150 encuestados refieren conocer las pagina de Facebook con la que cuenta el concejo municipal de Cobija que es el índice mayor, y el restante 69 de ciudadanos, indica que NO tiene conocimiento de la red social perteneciente al Concejo.

Si bien existe una cantidad considerable de personas que conoce la página oficial, el número de desconocen también es representativa, esto de alguna manera muestra que esta red social debe de ser más promovida por la unidad correspondiente puesto que es la imagen de la institución y a través de ella se muestra a la población como un canal de comunicación más directo y rápido entre los concejales y la población.

Por su parte, también es necesario comprender que de ese total que tiene conocimiento sobre la página institucional, cuantos son seguidores activos o por lo menos han tenido alguna vez algún tipo de interacción.

Figura 3

Número de seguidores a la página oficial del concejo



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas (2023).

Se consultó a las personas si son seguidores de las redes sociales del concejo municipal, las respuestas indican solamente 42 personas indican que son seguidores de la página, lo que representa el índice más bajo; por su parte, 48 de ellos, sostienen que, si bien no son seguidores, si tienen conocimiento que el concejo municipal de Cobija dispone de las redes sociales y en alguna oportunidad han visualizado sus publicaciones.

Sin embargo, la mayor parte de la población que accedió a responder indican que no siguen la página, por lo que se puede notar poca importancia o desconocimiento de estas plataformas digitales.

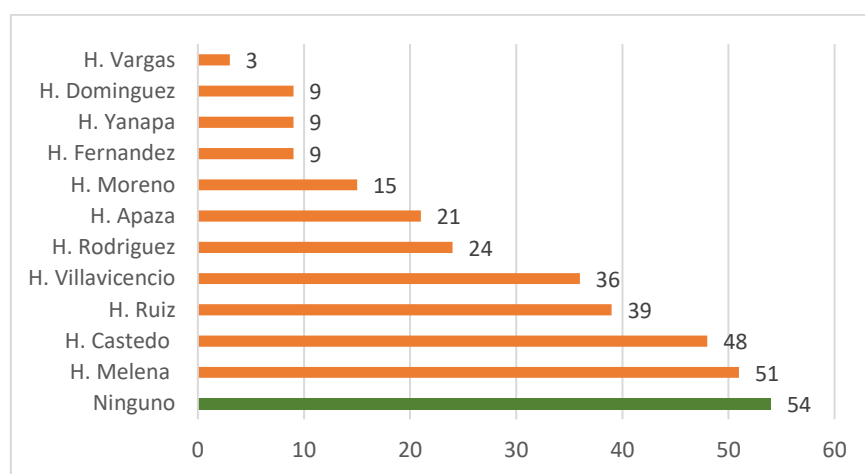
4.2.2.3. Concejales con número de seguidores en redes sociales

Es importante conocer el nivel de conocimiento de las personas respecto a las autoridades que nos representan o que han elegido para ser autoridades municipales, si bien este no es un indicador oficial que se puede determinar el grado de aceptación hacia los mismos,

sirve para dar un pantallazo respecto al grado de popularidad del que gozan los concejales electos en este periodo de gobierno municipal.

El grafico que a continuación se expone, es una muestra de cómo la población reconoce a los concejales y si de alguna manera tiene conocimiento de las actividades que realizan o que deciden publicar en sus redes sociales.

Figura 4
Seguidores de las páginas de Facebook de los concejales



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas (2023).

Cabe recalcar que el total de encuestas realizadas fueron de 150 personas, por lo que los resultados muestran la elección por cada concejal titular que ejerce en este periodo, asimismo también se tomó en cuenta la opción de ninguno, para dar mayor cobertura a las respuestas y la información, al respecto, se logra evidenciar que paradójicamente la opción con mayor índice, es aquella que indica que no es seguidor de ninguna autoridad; seguidamente ya se da la opción de los concejales en la que resalta en primer lugar con seguidores la H. Yusara Melena electa por el MAS, con 51 seguidores del total de 150; la concejal Giovanna Castedo del MTS, se encuentra en tercer lugar con 48 seguidores; en cuarto lugar con 39 seguidores se encuentra el H. J. Manuel Ruiz; asimismo, el concejal con menor número de seguidores es el H. Franz Vargas con 3 de los 150 encuestados.

Es conveniente aclarar que, si bien la encuesta se desarrolló en línea y los participantes constituyen una pequeña muestra de los habitantes del municipio, el número de seguidores en cada una de sus redes sociales es indistinto a la muestra presentada.

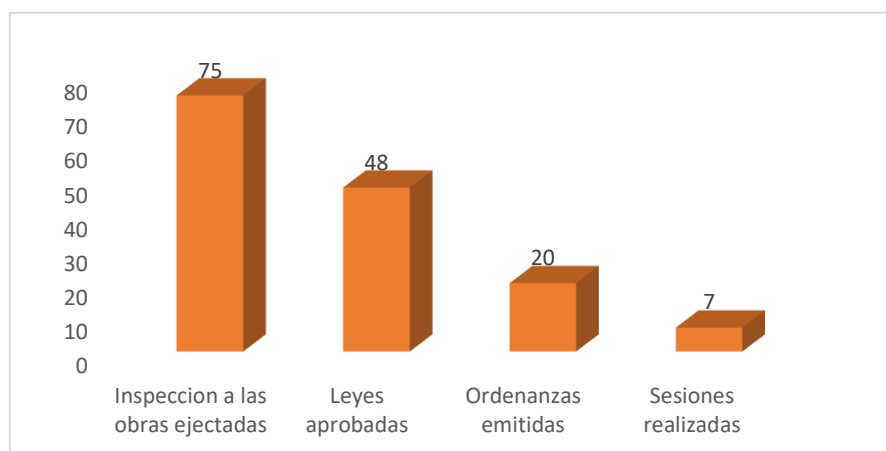
4.2.2.4. Información que le gustaría encontrar en la página del concejo o de los concejales

Es muy importante considerar la información que el concejo municipal publica en sus redes sociales, por ello, se consideró consultar que es lo que la población quisiera conocer de las actividades que realizan los concejales cotidianamente.

Las respuestas más sobresalientes se plasman en la siguiente figura:

Figura 5

Información requerida para encontrar en redes sociales



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas (2023)

Lo que la población espera ver en las redes sociales es que los concejales realicen la inspección a las obras y actividades que realiza la ejecutiva municipal, como una de sus principales funciones, ya que esta evidencia el trabajo tanto de los concejales como lo que viene realizando el gobierno municipal por sus ciudadanos.

Otro de los puntos importantes, es la publicación de las leyes que ha realizado el concejo municipal de Cobija, como ente legislador municipal, ya que el desconocimiento por las leyes municipales es notorio en la población de Cobija. En tanto, en menor escala las personas sugieren que en esta página se publique también las ordenanzas emitidas y las sesiones que realizan puesto que estas actividades competen a la ciudadanía y sobre todo son de carácter público.

De esta manera a través de estos datos, se mostró la opinión de los ciudadanos respecto a los concejales del municipio de Cobija.

4.2.3. Incidencia de la interacción entre el concejo municipal y la población a través de las redes sociales que dispone.

Para responder al objetivo tres, se hace una combinación de datos cualitativos y cuantitativos, como máxima expresión de un estudio mixto. Los resultados presentados surgen de las entrevistas y encuestas realizadas.

4.2.3.1. Utilización de redes sociales desde el periodo preelectoral (Campañas políticas)

Las redes sociales tienen beneficios de gran importancia para el desarrollo de campañas políticas; los cuales pueden resumirse de la siguiente manera:

- **Alcance:** Las redes sociales ayudan a las campañas políticas a que lleguen de manera más eficaz a un gran número de votantes en periodos cortos. Las redes sociales son un pilar fundamental para la labor de los estrategias de comunicación política, considerando que el alcance que se tiene en cada país, sugiere ampliamente los márgenes necesarios para ganar una elección.
- **Engagement:** Gracias a la bidireccionalidad de las redes sociales, los votantes pueden generar muy buen engagement con los candidatos.
- **Ideas de acciones y propuestas:** Las redes sociales permiten a los políticos a compartir sus creencias, valores, propuestas, metas y logros directamente con los votantes, haciendo que los votantes, se sientan más involucrados con la campaña.

- Seguidores a votos: Los seguidores que tiene un candidato político en sus redes sociales tienen una alta probabilidad de convertirse en votos.
- Analíticas:** Las características de las redes sociales permiten a las campañas políticas analizar sus estadísticas más fácilmente. Todas las publicaciones pueden ser evaluadas y analizadas de acuerdo a su alcance y efectividad. (Boada, citado en Aguilar, 2020, p.14)

Tomando lo anterior como parámetro, se consultó a los concejales si estos hicieron uso de las redes sociales en el periodo electoral y cuan útil resultaron para obtener un espacio dentro del concejo municipal, los cuales argumentan los siguientes criterios:

Bueno yo vengo de ser una figura pública hace muchos años. Yo era presentadora de televisión y propietaria de un canal de televisión, entonces cuando revises mi página o si ya lo has hecho, te vas a dar cuenta que tengo una cantidad un poco mayor de seguidores, porque en realidad cuando me fui al Concejo no creé una nueva página, sino que adapté la página que ya tenía entonces mucho antes de ser candidata yo ya utilizaba mi página y es innegable de que una página o una publicación por redes sociales obviamente que te ayuda en la promoción de tu imagen antes de la campaña, en época electoral y posteriormente a la campaña también. (Melena, comunicación personal, agosto de 2023)

Sí, bastante, el poder de difundir las actividades que se estaba realizando y como también de las propuestas que teníamos en su momento para poder llegar a hacer electo no como concejal. (Rodríguez, comunicación personal, agosto de 2023)

Si, bueno, se pudo llegar a más personas. Se pudo informar, se pudo transmitir el plan de trabajo, las propuestas que se tenían tanto como partido político y las propuestas personales como candidato. (Ruiz, comunicación personal, agosto de 2023)

Personalmente no era a fin de las redes sociales, en mi vida particular no usaba las redes hasta que acepté la invitación de ser candidata, posterior a ello, activé mi página personal de Facebook para publicar las actividades que íbamos realizando como agrupación ciudadana. El beneficio obtenido fue que la población conoció la existencia de una nueva agrupación ciudadana conformada por jóvenes que planteaban nuevas ideas en el ámbito político. (Villavicencio, comunicación personal, agosto de 2023)

Bueno, sí hemos usado mucho para el tema de preelectoral las páginas incluso de deseamos TikTok, Instagram, Facebook en esa época, así manejamos más diferentes redes sociales, pero porque también la manejamos con el candidato que era nuestro alcalde. (Domínguez, comunicación personal, agosto de 2023)

Resulta claro que, para todos los funcionarios públicos el uso de las redes sociales contribuyo en gran manera el haberse hecho conocer como candidatos por diferentes partidos o agrupaciones políticas, ya que fueron estas plataformas digitales que permitieron abarcar más cantidad de población de manera rápida, haciéndoles llegar su plan de trabajo propuesto y el partido político que los representaba.

Aquí también se manifestó de manera implícita la relación teórica cibernética, donde establece que la utilidad de las redes sociales es lograr la mayor cantidad de distribución de los datos y llegar a la mayor cantidad de público digital. Sin embargo, es bueno hacer notar que, de alguna manera la interacción de los concejales con la población se da desde antes que hagan una carrera política.

4.2.3.2. Importancia de las redes sociales en el periodo de gobierno 2021-2025.

Ahora bien, la importancia de las redes sociales durante el periodo de gobierno vigente, cada vez va tomando mayor fuerza, tomando en cuenta que por la era en la que nos encontramos, la tecnología es una herramienta que no se puede dejar de lado, mas, al contrario, lo que se busca son las constantes actualizaciones que permiten a los usuarios una mejor conectividad.

Por consiguiente, es necesario entender el criterio de los concejales respecto a este tema:

Yo creo que son muy importantes hoy en día, los medios de comunicación prácticamente pasaron a ser tradicionales los medios masivos por lo tanto hoy en día la tendencia es que te informes a través de las redes sociales y todo lo que publicaste se publica de manera inmediata rapidísimo llega al público objetivo y bueno creo que es muy muy pertinente en esta época (Melena, comunicación personal, agosto de 2023)

Uy, las redes sociales complicadas no, para informar el trabajo las redes sociales como en toda profesión te levanta, pero también llega un momento que te bajonea y te pone por los suelos no tiene las redes sociales, un arma de doble filo y es por eso que nosotros al menos yo tengo mucho cuidado con el tema en las redes sociales, no público yo mis

actividades personales difícil. No sí, el trabajo, por ejemplo, mi WhatsApp ni mi estado en el face lo propio utilizo solo para para para hacer conocer algunas actividades que yo hago no nada de lo personal es difícil es publicar alguna actividad personal que yo haga. (Fernández, comunicación personal, agosto de 2023)

El primer año le di importancia relevante de querer mostrar todo lo que hacía, el segundo año Dios me cambio por completo la forma de pensar sobre las publicaciones del trabajo que me compete realizar como concejal, me enseñó que toda Planificación y divulgación debe ser controlado por él para sea él quien aparezca reflejando su justicia y rectitud de este caminar, por ese motivo toda Planificación hoy en día es dirigida primeramente por Dios por delante, sin importar que pasen días sin publicaciones en las páginas (Villavicencio, Comunicación personal, agosto de 2023)

La verdad que es importante de repente, hay personas que critican en el sentido de que muchos subimos fotos videos o publicaciones del trabajo que hacemos, pero, sin embargo, este hay mucha otra gente también que está siguiéndonos y se está informando, y ese es el objetivo realmente no lograr informar a la población de diferentes actividades y trabajos que se viene realizando. Entonces sí, eso sería, no, yo creo que es bien importante poder comunicar, no, ahora la cosa es de repente el tema principal ser estratégicos no, y eso es lo que de repente a muchos nos puede faltar, no poder saber cómo comunicarnos con la gente porque no solamente es publicar y publicar y publicar, sino que la gente tenga interés de ver esas publicaciones. (Castedo, comunicación personal, agosto de 2023).

Las opiniones según este punto son variadas, partiendo desde el criterio que las redes sociales son útiles para la comunicación con la población, convirtiéndose en aliadas o nexos entre la población y el concejo, pero también hay quienes consideran que pueden ser *un arma de doble filo*, ya que una mala percepción de la información proporcionada puede llevar a la confrontación o el rechazo por parte de la misma población.

En síntesis, según criterio de los concejales con las redes sociales se debe tener bastante cuidado con la información que se publica.

4.2.3.4. Nivel de interacción entre concejales y población en general a través de las redes sociales.

Para este acápite se consideró el criterio de ambos grupos considerados en la investigación, por una parte, los concejales como representantes del concejo municipal y a la

población que fue parte de la encuesta y cuyos datos sirven para dar un pantallazo en cuanto a la percepción de la ciudadanía respecto a las autoridades municipales.

En ese sentido en primera instancia se presenta la opinión de los concejales, quienes argumentan los siguientes puntos.

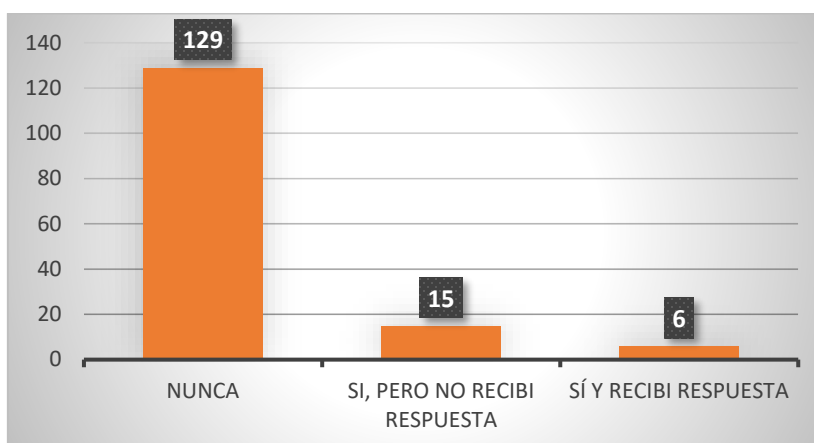
Podría decir que regular la verdad que por cómo se trata digamos de un cargo político, hay mucha gente que de repente te apoya, pero no te puede poner un like, no te puede comentar, no puede compartir tu publicación o la información que ha subido, pero sin embargo de manera personal o de manera interna si están apoyando, no en muchos casos, pero de todas maneras lo importante es que está presente la información, o sea, se está haciendo conocer, por más que haya o no la interacción o las reacciones. (Castedo, comunicación personal, agosto de 2023).

Bueno, sí, se recibe bueno comentarios, comentarios malos. Tenemos que estar acostumbrados a que una parte de la población mira el trabajo positivo del concejal y hay otra parte también que tienen sus observaciones. (Vargas, comunicación personal, agosto de 2023)

Al menos en las que yo participo sí hay sugerencias buenas, no, que a veces uno la implementa y en el trabajo día a día no he escuchado mucha muchos comentarios malos, pero sí he visto capturas de otros medios digitales, otros grupos que hay a donde lo atacan bastante a uno principalmente en el tema actual que vive el país y el nivel mundial que era una crisis que es inevitable, entonces la población en la desesperación, busca culpable y es ahí a donde las autoridades en general todas sufrimos críticas de la población. (Fernández, comunicación personal, agosto de 2023)

Como se evidencia, la percepción de los concejales respecto a la interacción en las redes sociales es que si bien, en muchas ocasiones no hay un espacio de feed back, estos son conscientes de los mensajes que reciben por parte de la población

Para profundizar un poco más en este aspecto, se consideró también, transmitir la pregunta la población ¿si alguna vez han tenido algún tipo de interacción con las autoridades a través de sus redes sociales?, los resultados se muestran a continuación:

Figura 6*Interacción entre concejales y población en redes sociales*

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas (2023).

La teoría de *la opinión pública*, menciona que las redes sociales es el espacio en el que el ciudadano puede desarrollar diferentes opiniones, análisis o críticas frente a cualquier tema de manera libre e independiente, a través de comentarios o al compartir la información, para el efecto se toma en cuenta los resultados de la siguiente cuestionante, donde se obtiene el resultado (129), que los ciudadanos nunca han interactuado en las redes sociales de las autoridades en cuestión, demostrando con ello, que no se ha realizado ningún tipo de interacción.

Por su parte, 15 de los encuestados señalan que, si han tratado de interactuar o han colocado comentarios a la publicación que realizan los concejales, sin embargo, no han obtenido respuesta, -aclarando- que muchas veces los comentarios realizados no lo hacen con el fin de obtener alguna respuesta, asimismo, 6 personas han indicado que en el momento que han realizado algún comentario, su comentario ha sido respondido por la autoridad a la que se dirigió.

Para finalizar, se puede mencionar que la interacción entre concejales y población es reducida ya que según los resultados que expresa el análisis de ambas técnicas aplicadas a diferentes poblaciones, da cuenta que, si bien hay un alto porcentaje de concejales que utilizan

sus redes sociales para informar a la población de las actividades que realizan como autoridades, es poca la retroalimentación que tienen con su público, ya que no es suficiente solamente transmitir la información, sino también escuchar o abrir espacios de diálogos con los ciudadanos, situación que no se evidencio en el desarrollo del estudio y los resultados obtenidos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Las conclusiones presentadas, son producto de los objetivos planteados y los resultados obtenidos para lo cual se presentan las siguientes:

Objetivo 1: Caracterizar las potencialidades de las redes sociales que maneja el concejo municipal para comunicarse con la población de Cobija.

Se concluye que, las potencialidades de las redes sociales que maneja el concejo municipal, se sustentan en dos aspectos: el primero, las redes sociales institucionales que dispone solamente es una página oficial de Facebook, que está limitada y al alcance de la población que hace uso de esta red social, dejando de lado las otras plataformas que están en su auge en la actualidad y que serían buenos canales de comunicación. Por su parte el segundo criterio se sustenta en las redes sociales que tienen los concejales de manera individual y es donde publican la mayor parte de las actividades que realizan y de alguna manera muestran el trabajo de forma cotidiana.

Ahora bien, es bueno considerar que de ambas maneras el propósito de las autoridades es el mismo, que es lograr la comunicación con la población, aún existen debilidades y que la utilidad que se le puede dar a las redes sociales puede ser mayor y de más alcance a nivel municipal.

Objetivo 2: Determinar la percepción de los pobladores de Cobija respecto a los canales de comunicación que emplea el concejo municipal para interactuar con la población

En cuanto a la percepción de la población, se puede resaltar que, si bien existe un grado de aceptación, considerando que los electos provienen y/o fueron elegidos por diversos partidos

o agrupaciones políticas, cada uno tiene un número de seguidores en sus redes sociales, cuya percepción en algunas situaciones se condiciona por defender la línea política.

Sin embargo, de manera general los resultados indican que la percepción de la población en cuanto a los canales de comunicación aún es escasa, puesto que, si bien los concejales hacen uso de las redes sociales, este canal de comunicación sigue siendo vertical, ya que no se manifiesta una reciprocidad en la comunicación.

Objetivo 3: Establecer la incidencia de la interacción entre el concejo municipal y la población a través de las redes sociales que dispone.

Según los resultados obtenidos para este objetivo se concluye que la incidencia de interacción a través de las redes sociales es reducida y que el concejo como institución debería buscar nuevas alternativas que permitan la interacción real entre los concejales y la población, ya que a través de esta interacción se puede promover otras muchas actividades para beneficio del municipio en su conjunto, ya que si bien las redes sociales contribuyen en gran manera en mostrar el trabajo que realizan, no están aprovechando como debería ser los beneficios de ellas.

Los ciudadanos consideran que las redes sociales son instrumentos necesarios para informarse, sin embargo, no consideran que sea el medio más efectivo a través del cual reciben la información del concejo, pues coinciden en que hay pocas publicaciones en las redes y muchas veces no está acorde con lo que se necesita conocer.

En el municipio de Cobija, se mantienen al día en el uso de las nuevas tecnologías, las personas consideran que las redes sociales les brindan la oportunidad de mantenerse informados, hacer amigos y realizar consultas o sugerencia a todas las autoridades municipales y departamentales ya que las mismas fueron elegidas por el pueblo.

Finalmente, se puede concluir que las redes sociales son importantes y que se debería mejorar su utilización para que pueda ser utilizada con todo su potencial como medio de comunicación digital entre la sociedad en general y todas las instituciones públicas a nivel municipal, departamental y nacional.

Recomendaciones

Las presentes recomendaciones se realizan de manera específica, a los siguientes grupos:

- A los concejales del municipio de Cobija

Tomar en cuenta la percepción de los pobladores acerca de la gestión que realizan y las sugerencias constructivas que se encuentran en sus redes sociales, esto permitirá tomar medidas para mejorar la imagen de la institución y de manera individual.

Publicar con mayor constancia, información relativa a la gestión que realizan para mantenerse en la mente de los pobladores y aprovechar las redes sociales con las que la institución cuenta.

- A la Dirección de comunicación del H. Concejo municipal

Se recomienda a los administradores de las redes sociales del concejo municipal de Cobija, publicar con mayor frecuencia en las páginas para mantener a la ciudadanía informada e interesada en su gestión.

La aplicación de estrategias de comunicación permitirá el fortalecimiento de la imagen institucional del concejo municipal de Cobija, en el imaginario de los pobladores, es por ello que se debe propiciar lugares de encuentros de la comunidad y aprovechar las redes sociales como gestores de estos encuentros y mediadores de la opinión pública.

Abarcar mayor cantidad de redes sociales, para llegar a todo tipo de público que hace uso de ellas y no solamente limitarse al Facebook

Por último, es sumamente importante y necesario que la comunicación oficial del concejo municipal de Cobija, esté en manos de profesionales de la comunicación con experiencia en “community manager”.

- A los usuarios de las redes sociales

Permitir la interacción con mensajes positivos que coadyuven en la labor de fiscalización y seguimiento que realizan los concejales, identificando problemáticas en la sociedad que puedan ser tratadas por el concejo y expuestas a la máxima autoridad ejecutiva.

- A la población en general

Hacer uso de las redes sociales, y a través de ellas lograr contacto con las instituciones públicas para así hacer eco de las necesidades de la población.

- A la Carrera de comunicación social

Que la presente investigación sea considerada como punta de lanza, para la propuesta de elaboración del Manual de Redes Sociales con la incorporación de un Community Manager, que permita tener una base para administrarlas paginas digitales articulados a estrategias de comunicación de manera científica-metodológica.

- A los medios de comunicación

Recomendar la cobertura a las actividades que realizan desde el concejo, verificando y contrastando la información publicada en redes sociales para efectivizar su veracidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abero, L. (2015). *Técnicas de recogida de datos*.
<http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20150610045455/InvestigacionEducativa.pdf>
- Arango, G. (2013). *Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo*.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0122-82852013000300002&script=sci_abstract&tlng=es
- Aguilar, B. (2020). *Uso de redes sociales en estrategias de comunicación política*.
<https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/24633/Monograf%C3%ADa%20Boris%20Aguilar%20-%20Diplomado%20en%20Comunicaci%C3%B3n%20Estrat%C3%A9gica.pdf?sequence=1&isAllowed=1>
- Aguilar P. y Alejo, A. (2016), *Comunicación política y gestión municipal*.
 (artículo)<https://www.redalyc.org/pdf/676/67650281006.pdf>
- Arroyo, M y Finkell, L. (2019). *Encuestas por Internet y nuevos procedimientos muestrales*.
https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_PS/030art04.pdf
- Cardona, J. (2016). *Implementación y uso de las redes sociales en la alcaldía de Manizales*.
 (tesis de grado). <https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/handle/20.500.12746/2655>
- Cervi, L, Marín, C y Oliveras, C. (2022). *La comunicación de los ayuntamientos en las redes sociales: participación ciudadana, información de servicio público y campaña permanente*.
 (tesis de grado)
https://ddd.uab.cat/pub/artpub/2022/258301/adcomunica_a2022n23p275.pdf
- Cedaro, K. (2007). *Importancia de los distintos Canales de Comunicación Interna para la gestión de las Universidades Públicas Gestión Total de Calidad Análisis de un caso*. (tesis de grado)
http://www.edutecne.utn.edu.ar/tesis/calidad_comunicacion_universidades.pdf
- Corrales, R. (2015). *Impacto de las Redes Sociales sobre la Participación Ciudadana en Procesos Electorales y la Democracia: Caso de Costa Rica* (Clasco, artículo)
https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/becas/20150708062655/Impacto_Red_Sociales.pdf
- Estado plurinacional de Bolivia (07 de febrero de 2009) Constitución política del estado
<http://www.gacetaoficialdebolivia.gob.bo/app/webroot/archivos/CONSTITUCION.pdf>
- Estado plurinacional de Bolivia (19 de julio de 2010) Ley marco de autonomías
http://www.gacetaoficialdebolivia.gob.bo/normas/buscar_comp/AUTONOMAS

- Estévez, J. (2012). *El Uso de las Redes Sociales en las Universidades Andaluzas: El Caso de Facebook y Twitter. (tesis de grado)* file:///C:/Users/kumin/Downloads/Dialnet-ElUsoDeLasRedesSocialesEnLasUniversidadesAndaluzas-4099042.pdf
- France. (2019), *El Salvador: el uso de redes sociales que le dio favoritismo a Bukele en su campaña presidencial* (Periódico en línea) <https://www.france24.com/es/20190203-salvador-presidenciales-redes-bukele-campana>
- Gertin, R. (2020). *La comunicación política 2.0 por redes sociales en relación a la construcción de conciencia ciudadana, durante la elección municipal de Lima – 2018 (Tesis de grado)*.
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7126/GERTIN_BR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Girod, C. (2022). *La Teoría del Pensamiento Complejo de Edgar Morin*.
<https://lamenteesmaravillosa.com/la-teoria-del-pensamiento-complejo-de-edgar-morin/>
- Grossetti, M (2009) *¿Qué es una relación social? Un conjunto de mediaciones diádicas:*
<http://revista-redes.rediris.es>
- Guevara, G. (2020). *Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción)*.
<http://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>
- Herrera, J y O´Quinn, J 2019. (Artículo Espacios Públicos, vol. 22, núm. 56, pp. 85-105, 2019) *El papel de las redes sociales en la gestión de un gobierno independiente: La comunicación política a través de Facebook del gobierno de Jaime Rodríguez Calderón*. <https://www.redalyc.org/journal/676/67668476005/html/>
- Hotmart,, (01 de agosto de 2023, blog) *Conoce los canales de comunicación más utilizados para enamorar a tus clientes* <https://hotmart.com/es/blog/canales-de-comunicacion>
- Jordán, W. (2023). *Las redes sociales*. (libro)
https://www.researchgate.net/publication/370551101_Redres_sociales_en_Bolivia_Analisis_cualitativo_y_cuantitativo
- López, R. (1986) *Crítica de la teoría de la información*
<https://www.moebio.uchile.cl/03/frprin01.html>
- Morin, E. (1998). *El pensamiento complejo*. Ed. Gedisa
- Mendoza, J. (2011). *Perspectivas teóricas sobre la opinión pública: Habermas y NoelleNeumann*. http://ww.ucol.mx/interpretextos/pdfs/643_inpret6710.pdf

- Parra, SM. (2019). *El uso de las redes sociales como herramienta de comunicación en los Gobiernos Autónomos Descentralizados de la provincia de Chimborazo cantón Colta. (tesis de grado)*. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/18854>
- Pereira, Z. (2011). *Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta*. [file:///C:/Users/kumin/Downloads/Dialnet-LosDisenosDeMetodoMixtoEnLaInvestigacionEnEducacio-3683544%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/kumin/Downloads/Dialnet-LosDisenosDeMetodoMixtoEnLaInvestigacionEnEducacio-3683544%20(2).pdf)
- Soto, L. (2020) *Redes sociales y democracia: la estrategia comunicacional de Nayib Bukele en Twitter durante la pandemia del Covid-19 en el Salvador* (artículo). <file:///C:/Users/kumin/Downloads/5467-16186-2-PB.pdf>
- Tony Tran, Yael Bar-Tur (June 8, 2020). *Redes Sociales en el Gobierno: Beneficios, Retos y Cómo se Usan*. <https://blog.hootsuite.com/es/redes-sociales-en-el-gobierno/>
- Villodre, J. (2020). *Redes sociales (en las administraciones públicas)*. *Eunomía. Revista en Cultura de la Legalidad*, 19, pp. 375-390. doi: <https://doi.org/10.20318/eunomia.2020.5718>

ANEXOS

ANEXO 1
ENTREVISTA A CONCEJALES
CONCEJO MUNICIPAL DE COBIJA

1. Cuál es la forma de comunicación que usted utiliza para comunicarse con la población
2. Como difunde las actividades que realiza concejal de la ciudad de la Cobija
3. ¿Cómo concejal municipal usted hace uso de redes sociales y cuáles?
4. Usted dispone de redes sociales personal, como autoridad municipal o solamente de forma institucional a través de la página oficial del concejo ¿cuáles son?
5. Publica información de sus actividades individuales en la página oficial del concejo, con qué frecuencia las realiza
6. Usted ha hecho uso de las redes sociales en el periodo preelectoral, considera que tuvo algún beneficio, ¿cuáles?
7. ¿Quién administra sus redes sociales, porque y con qué frecuencia?
8. ¿Qué importancia le da usted a las redes sociales durante su periodo como concejal?
9. ¿Cómo es la interacción en sus redes sociales con sus seguidores?
10. Qué tipo de interacción encuentra en los comentarios de las redes sociales, son útiles, ¿en qué aspecto?
11. ¿Cree que sus seguidores pueden encontrar información necesaria de todas sus actividades dentro de su página?
12. ¿Cuál es el propósito de su material comunicación dentro de sus redes sociales?
13. ¿Está de acuerdo que cada concejal maneje sus propias redes sociales o se lo haga de manera institucional, por qué?
14. ¿Según su criterio cuales serían los beneficios y los contras de las redes sociales en el gobierno municipal?
15. Qué opinión le merece la administración de la página del concejo, que sugerencias puede realizar para mejorar la comunicación con la población

ANEXO 2

ENTREVISTA A RESPONSABLE Y AUXILIAR DEL COMUNICACIÓN CONCEJO MUNICIPAL DE COBIJA

1. Cuáles son las redes sociales que dispone el concejo municipal, cuáles son los criterios para su uso
2. Como es la administración de las redes sociales, cuantas personas trabajan, como es la organización interna
3. Como se obtiene la información que se sube a las redes sociales
4. Qué tipo de información se emite, (solamente actividades generales o de cada concejal de manera individual)
5. ¿Cuáles son los criterios de selección de la información o las actividades que se publica en las redes sociales, necesita la aprobación de los concejales?
6. ¿Como es la interacción con la población, se responde a los comentarios, se hace conocer a los concejales?
7. Se toma en cuenta los comentarios de la ciudadanía, de qué forma
8. Considera que son útiles las redes sociales en el concejo municipal, porque

ANEXO 3

ENCUESTA VIRTUAL A LA POBLACIÓN DE COBIJA

1. ¿Cuál es su edad?
2. ¿Cuál es su sexo?
 - a) Femenino
 - b) Masculino
3. ¿En qué barrio vive?
4. ¿Cuál es su ocupación?
 - a) Estudiante
 - b) Estudio y además tengo un trabajo
 - c) Solamente trabajo de forma remunerada
 - d) Ninguna de las anteriores
5. ¿Usa las redes sociales para buscar información?
 - a) Si
 - b) No
6. ¿Cuáles son las redes sociales que más utiliza para obtener información?
 - a) Facebook
 - b) Instagram
 - c) WhatsApp
 - d) Todas las anteriores
7. ¿Conoce la página de Concejo Municipal de Cobija?
 - a) Si
 - b) No
8. ¿Sigue la página del CMC por las redes sociales?
 - a) Sigo la pagina
 - b) No sigo a la pagina
 - c) No sigo a la página, pero ya vi publicaciones acerca de CMC en redes sociales
9. ¿A que concejal sigue mediante las redes sociales? (Puede seleccionar varias opciones)
 - a) H. Fernando Fernández Lima
 - b) Carmela Apaza Rondan
 - c) H. Sofia Yanapa Yujra.
 - d) H. Juan Manuel Ruiz Moscoso.
 - e) H. Yusara Melena Revollo
 - f) H. Giovanna Castedo Pérez
 - g) H. Fernando Moreno Vaca
 - h) H. Nani Villavicencio Terrazas
 - i) H. Mirlo Aurelio Rodríguez Ibañez
 - j) H. Franz Vargas Zelada
 - k) H. Daniela Domínguez Arias
 - l) Ninguno de los anteriores

10. Indique su nivel de interacción de la página institucional del CMC
- a) 1
 - b) 2
 - c) 3
 - d) 4
 - e) 5
11. ¿Alguna vez dio su opinión en los comentarios de la página institucional de CMC o de algún concejal?
- a) Si, muchas veces
 - b) Pocas veces
 - c) Solo en la página institucional del CMC
 - d) Únicamente en la página de algún concejal
 - e) Nunca
12. ¿Alguna vez compartió publicaciones de la página institucional del CMC o de alguna concejal?
- a) Si, muchas veces
 - b) Pocas veces
 - c) Solo en la página institucional del CMC
 - d) Únicamente en la página de algún concejal
 - e) Nunca
13. ¿Qué es lo que más le gustaría encontrar en la página institucional del CMC? (Puede seleccionar varias opciones)
- a) Inspecciones realizadas por diferentes comisiones
 - b) Leyes aprobadas para la ciudad de Cobija
 - c) Fiscalizaciones realizadas al Gobierno Municipal de Cobija
 - d) Ordenanzas publicas
 - e) Fotos de las sesiones ordinarias, extraordinarias y de comisiones
 - f) Contacto con los concejales del municipio de Cobija
 - g) Todas las anteriores
14. ¿Alguna vez logro comunicarse con algún concejal mediante las redes sociales y recibió respuestas
- a) Si, pero no recibí respuesta
 - b) Si me comuniqué y si recibí respuesta
 - c) Nunca

ANEXO 4

REGISTRO FOTOGRÁFICO DE LA APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS



Fernández (2023). H. concejal municipal



Lic. Buitrago Oliveira (2023). Auxiliar de comunicación



Lic. Rivero (2023). Directora de comunicación CMC