

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE SOCIOLOGIA



TESIS

**IMPACTO SOCIAL DE LA UTILIZACIÓN DE LA NUEVA
PLATAFORMA VIRTUAL DE FACEBOOK DE LA
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CAJAMARCA, PARA
FOMENTAR LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LA
SISTEMATIZACIÓN DE LA CONSULTA PÚBLICA DIGITAL, 2019.**

PARA OBTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN SOCIOLOGIA

PRESENTADO POR LAS BACHILLERAS:

MARÍA ELIZABETH, ALVA MORALES

JANETH LILIANA, JULCA GUTIÉRREZ

ASESOR:

Dr. GILBERTO RODOLFO ARAUJO BARBOZA

Cajamarca - PERÚ

2022

DEDICATORIA

A nuestra población cajamarquina y a los gobernantes para que puedan fortalecer la participación ciudadana mediante las redes sociales en las acciones tomadas por parte de la Municipalidad Provincial de Cajamarca para tener un desarrollo socioeconómico

AGRADECIMIENTO

A nuestros padres por su apoyo incondicional. A nuestro Asesor, Dr. Gilberto Rodolfo Araujo Barboza por brindarnos su tiempo y compartir sus conocimientos. También a la Municipalidad Provincial de Cajamarca y Oficina de Comunicaciones y Relaciones Institucionales por brindarnos las facilidades para aplicar nuestra Tesis.

ÍNDICE

DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTO.....	3
ÍNDICE.....	4
LISTA DE TABLAS.....	10
LISTA DE FIGURAS.....	11
RESUMEN	13
ABSTRACT	14
INTRODUCCIÓN	15
CAPÍTULO I.....	17
DATOS INFORMATIVOS	17
1. Información general	17
1.1. Título:	17
1.2. Tesistas:	17
1.3. Asesor:	17
1.4. Institución	17
1.5. Fecha de inicio y terminación.....	17
2. Planteamiento del problema.....	17
3. Formulación del problema	19
3.1. General	19
3.2. Específicas	19

4.	Justificación	19
4.1.	La justificación científica.....	19
4.2.	La justificación práctica	19
4.3.	La justificación metodológica.....	20
4.4.	La justificación institucional y personal.....	20
4.5.	La justificación académica	20
4.6.	La justificación social.....	20
5.	Objetivo General	20
5.1.	Objetivos Específicos.....	20
6.	Limitaciones de la Investigación	21
CAPÍTULO II.....		22
2.1	Antecedentes de la investigación	22
2.1.1	Internacionales	22
2.1.2	Nacionales	23
2.1.3	Locales	25
2.2	Bases Teóricas.....	26
2.2.1.	Teoría de redes	26
2.2.2.	Sociedad en Red.....	27
2.2.2.	Teoría Ciudadanía y Desarrollo Humano (Fernando Calderón)	27
2.2.3.	Teoría del Comportamiento Colectivo (Smelser)	29
2.2.4.	Teoría de la acción social (Weber).....	29
2.3.	Bases conceptuales.....	31

2.3.1.	Internet.....	31
2.3.2.	Redes sociales.....	31
	Aspectos positivos de las redes sociales	31
	Aspectos negativos de las redes sociales	31
2.3.3.	Plataforma de Facebook	32
2.3.4.	Participación Ciudadana	32
2.3.5.	Gobierno Digital	32
2.3.6.	Tecno Sociabilidad	33
2.4.	Definición de conceptos claves	34
a)	Comentar.....	34
b)	Compartir	35
c)	Dar “like”	35
d)	Etiquetar	35
e)	Facebook Watch	35
f)	Historias de Facebook.....	35
g)	Marketplace	36
h)	Messenger.....	36
i)	Notificaciones.....	36
j)	Perfil	36
k)	Postear	36
l)	Publicación.....	36

CAPÍTULO III	37
HIPÓTESIS Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	37
3.1. Hipótesis	37
3.1.1. Hipótesis Específicas	37
3.2. Variables.	37
3.2.1. Variable Independiente (X)	37
3.2.2. Variable dependiente (Y).....	37
3.3. Operacionalización de variables.	38
CAPÍTULO IV	39
4.1. Tipo de investigación.....	39
4.2. Diseño de estudio	39
4.3. Universo de estudio, selección y tamaño de muestra	40
4.3.1. Población de estudio.....	40
4.3.2. Tamaño de muestra.....	40
4.4. Técnicas e instrumentos de recojo de datos	41
4.4.1. La encuesta.....	41
4.4.2. Cuestionario:.....	42
4.4.3. Seguidores de la plataforma virtual de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.....	42
4.4.4. Análisis documental	42
CAPÍTULO V	43
5.1. Municipalidad Provincial De Cajamarca	43

5.1.1.	Misión y Visión	43
5.2.	Organigrama de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.....	44
5.3.	Oficina de Comunicaciones y Relaciones Institucionales	45
5.4.	Plataforma digital de Facebook de la Municipalidad Provincia de Cajamarca	45
CAPÍTULO VI.....		46
PATRONES SOCIALES DE LOS CIUDADANOS(A) FRENTE A LAS RESPUESTAS DEL USO DE LA CUENTA OFICIAL DE FACEBOOK DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CAJAMARCA.		46
CAPÍTULO VII		66
CONOCER LA EXISTENCIA DE PLANIFICACIÓN DE USO DE LA PLATAFORMA DIGITAL DE FACEBOOK DESDE UNA PERSPECTIVA SOCIAL POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CAJAMARCA		66
	Víctor Andrés Villar Narro	67
	Henry Segundo Alcántara Salazar	69
	Publicaciones de Henry Segundo Alcántara Salazar	70
	José Agustín Tanta De La Cruz.....	70
	Olga Yolanda Cueva Cacho	71
	Segundo Juan Portal Pizarro	72
	Alexander Fernández Rabanal	73
	Lidia Herrera Chacón.....	75
	José Alejandro Romero Rojas.....	76
	Raúl Llanos Sánchez	77
	Germán Martín Estela Castro	78

Jaime Luis Herrera Atalaya.....	79
Walter Axel Silva Santos	80
Jaime Alberto Rodrigo Silva Santisteban	80
Edgar Melqui Chuquimango Idrugo.....	81
Manuel Rodríguez Gutiérrez	82
CAPÍTULO VIII.....	84
PROPUESTA DE LA CONSULTA PUBLICA DIGITAL PARA FOMENTAR LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA, EN LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CAJAMARCA	84
CAPÍTULO IX.....	87
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	87
CONCLUSIONES	95
RECOMENDACIONES	98
REFERENCIAS.....	99
ANEXOS.....	104

LISTA DE TABLAS

TABLA 1: Funciones del comité del gobierno digital

TABLA 2: Operacionalización de variables

TABLA 3: Técnicas y Procedimientos de Recolección de Datos

TABLA 4: Estar informado de lo que ocurre en el entorno

TABLA 5: Principal función de Facebook

TABLA 6: Temas de mayor consulta en Facebook

TABLA 7: Frecuencia de visitas en la página oficial de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca

TABLA 8: Aceptación del logo de la Municipalidad Provincial de Cajamarca por parte de los ciudadanos usuarios/seguidores

TABLA 9: Área más importante para hacer hincapié en el contenido del Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca

TABLA 10: Relación de funcionarios de la Municipalidad de Cajamarca

TABLA 11: Apreciación de la información que comparten los funcionarios de la MPC

LISTA DE FIGURAS

- FIGURA 1: Género de las personas encuestadas
- FIGURA 2: Edad de las personas encuestadas
- FIGURA 3: Empleo de la página de Facebook
- FIGURA 4: Grado de identidad con el logo de la página de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca
- FIGURA 5: Frecuencia de interacción con la Plataforma de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca
- FIGURA 6: Interés de los ciudadanos en los asuntos públicos/colectivos de la Provincia de Cajamarca
- FIGURA 7: Grado de interés por parte de los ciudadanos por participar en las cuestiones que afectan a los ciudadanos/as de la Provincia de Cajamarca
- FIGURA 8: Consideración de las opiniones de la ciudadanía en la página de Facebook de la Municipalidad
- FIGURA 9: Consideración de importancia de la participación y las opiniones de la gente en la toma de decisiones de la MPC
- FIGURA 10: Información que aporta la MPC a través de su página de Facebook sobre cómo participar en las decisiones que afectan a la ciudadanía
- FIGURA 11: Importancia de que se tomen en cuenta las opiniones y reacciones sobre diferentes temas, en la página de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, antes de que se concreten las decisiones
- FIGURA 12: Importancia de participar en alguna actividad encaminada a la participación ciudadana promovida través del Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca
- FIGURA 13: Importancia de la consulta pública en el Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca para el fomento de la participación ciudadana orientada a la toma de decisiones
- FIGURA 14: Víctor Andrés Villar Narro
- FIGURA 15: Publicaciones del alcalde Víctor Andrés Villar Narro
- FIGURA 16: Henry Segundo Alcántara Salazar
- FIGURA 17: Publicaciones de Henry Segundo Alcántara Salazar
- FIGURA 18: José Agustín Tanta De La Cruz
- FIGURA 19: Olga Yolanda Cueva Cacho
- FIGURA 20: Segundo Juan Portal Pizarro

- FIGURA 21: Alexander Fernández Rabanal
- FIGURA 22: Publicaciones de Alexander Fernández Rabanal
- FIGURA 23: Lidia Herrera Chacón
- FIGURA 24: Publicaciones de Lidia Herrera Chacón
- FIGURA 25: José Alejandro Romero Rojas
- FIGURA 26: Raúl Llanos Sánchez
- FIGURA 27: Germán Martín Estela Castro
- FIGURA 28: Jaime Luis Herrera Atalaya
- FIGURA 29: Publicaciones de Jaime Luis Herrera Atalaya
- FIGURA 30: Walter Axel Silva Santos
- FIGURA 31: Jaime Alberto Rodrigo Silva Santisteban
- FIGURA 32: Edgar Melqui Chuquimango Idrugo
- FIGURA 33: Manuel Rodríguez Gutiérrez
- FIGURA 34: Publicación de la página de Facebook de la Municipalidad Provincial de
Cajamarca
- FIGURA 35: Comentarios de la publicación de la página de Facebook de la Municipalidad
Provincial de Cajamarca.
- FIGURA 36: Primera publicación de la página de Facebook de la Municipalidad Provincial de
Cajamarca.
- FIGURA 37: Simulación de un Consulta Publica Digital desde la Plataforma Digital de
Facebook de la MPC

RESUMEN

En la actualidad estamos gobernados por la Sociedad de la Información, las plataformas y aplicaciones móviles, por lo que, estas tecnologías están cambiando los comportamientos humanos creando un arma de doble filo ya que no solo trae consigo aspectos positivos como el rápido acceso a la información y a la comunicación, sino también aspectos negativos como el riesgo de contraer patologías neurológicas originadas por el uso excesivo del mismo, fragilidad de la privacidad, fraudes, entre otros. En el caso de la nueva plataforma de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, los objetivos se basan en conocer el impacto social que existe en la utilización de la plataforma digital Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, para fomentar la participación ciudadana en la sistematización de la Consulta Pública Digital, 2019.

Asimismo, el presente trabajo de investigación es de carácter descriptivo, ya que detalla los fenómenos, situaciones y contextos que implican la utilización de la nueva Plataforma Virtual de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca y su relación con la participación ciudadana para la sistematización de la consulta pública digital. En el mismo sentido, la investigación se basa en el uso de técnicas e instrumentos de recojo de datos que contribuyeron al logro de resultados.

De acuerdo a los resultados obtenidos, la participación ciudadana en la plataforma de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, es relativamente baja, teniendo en cuenta que este es un derecho público, no se refleja el interés de participar activamente por parte de los ciudadanos en los asuntos públicos, asimismo, dicha plataforma, genera una perspectiva positiva por parte de los funcionarios de la MPC, sin embargo la mayoría no tiene una participación activa, sin embargo va en proceso de que se adapten y reconozcan el papel tan importante que hoy en día juega la era digital. Por otro lado, no se evidencia que la Municipalidad genere algún tipo de sistematización de la consulta pública digital en su plataforma de Facebook.

Palabras claves: TIC, acceso a la tecnología, comunicación virtual, participación ciudadana.

ABSTRACT

Currently we are governed by the Information Society, platforms and mobile applications, so these technologies are changing human behavior creating a double-edged sword since it not only brings with it positive aspects such as rapid access to information and communication, but also negative aspects such as the risk of contracting neurological pathologies caused by excessive use of it, fragility of privacy, fraud, among others. In the case of the new Facebook platform of the Provincial Municipality of Cajamarca, the objectives are based on knowing the social impact that exists in the use of the Facebook digital platform of the Provincial Municipality of Cajamarca, to encourage citizen participation in the systematization of the Digital Public Consultation, 2019.

Likewise, the present research work is of a descriptive nature, since it details the phenomena, situations and contexts that imply the use of the new Facebook Virtual Platform of the Provincial Municipality of Cajamarca and its relationship with citizen participation for the systematization of the digital public consultation. In the same sense, the research is based on the use of data collection techniques and instruments that contributed to the achievement of results.

According to the results obtained, citizen participation in the Facebook platform of the Provincial Municipality of Cajamarca is relatively low, taking into account that this is a public right, it does not reflect the interest of citizens to actively participate in public affairs, likewise, said platform generates a positive perspective on the part of MPC officials, however the majority do not have an active participation, however they are in the process of adapting and recognizing the important role that today in day plays the digital age. On the other hand, there is no evidence that the Municipality generates any type of systematization of the digital public consultation on its Facebook platform.

Keywords: access to technology, virtual communication, citizen participation.

INTRODUCCIÓN

La presente tesis es un trabajo de investigación, en función a la Plataforma virtual de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, buscando la relación y el impacto en la participación ciudadana para la sistematización de la consulta pública digital 2019.

En esta era tecnológica, los seres humanos se han visto en la necesidad de adaptarse a estos cambios e interactúan en esta nueva red social, y para el sociólogo es un interesante y nuevo campo de estudio donde se puede ver los cambios en las conductas humanas.

Las tecnologías de información y comunicación permiten interactuar e informarse de una manera más rápida, por lo que ahora son usadas como una herramienta de los gobernantes que permite al ciudadano mayor conocimiento de las gestiones que se vienen realizando, asimismo una interacción y participación bidireccional.

La investigación tiene como finalidad ampliar el estudio de participación ciudadana en base a la utilización de la plataforma de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, y de esta manera poder aprovechar positivamente su uso orientado al logro de resultados que servirán posteriormente para generar y evaluar una propuesta de Consulta Pública Digital. Se consideró utilizar el método Inductivo – deductivo: el cual permite analizar hipótesis particulares para llegar a las generales y viceversa. De esta manera se busca dar explicación a esta situación, iniciando la investigación que consta de ocho capítulos, los cuales se detallan de la siguiente manera:

Capítulo I, en este capítulo se muestra la información general de la presente investigación.

Capítulo II, se desarrollan los antecedentes de la investigación, bases teóricas y definición de conceptos clave.

Capítulo III, en este capítulo se muestra la hipótesis y operacionalización de variables.

Capítulo IV, en este capítulo se desarrolla el nivel de investigación, el diseño de estudio, universo de estudio, selección y tamaño de muestra así también las técnicas e instrumentos de recojo de datos.

Capítulo V, se explica los aspectos generales de la municipalidad provincial de Cajamarca y su plataforma virtual de Facebook.

Capítulo VI, en este capítulo se describen los patrones sociales de los ciudadanos(a) frente

a las respuestas del uso de la cuenta oficial de Facebook de la municipalidad provincial de Cajamarca.

Capítulo VII, se analiza la existencia de planificación de uso de la plataforma digital de Facebook desde una perspectiva social por parte de los funcionarios de la municipalidad provincial de Cajamarca.

Capítulo VIII en este capítulo se desarrolla la discusión y resultados de la investigación.

Asimismo, las limitaciones que se presentaron en la investigación fueron: trámites burocráticos que se realizaron en la Municipalidad Provincial de Cajamarca para que permita la aplicación de la presente investigación, por otro lado, la pausada participación de los ciudadanos en el cuestionario en línea causando dilatar el tiempo en la recolección de datos y, por último, la pandemia que ocasionó poner en pausa la presente tesis.

Autores

CAPÍTULO I

DATOS INFORMATIVOS

1. Información general

1.1. Título:

“Impacto social de la utilización de la nueva plataforma digital Facebook, de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, para fomentar la Participación Ciudadana en la Sistematización de la Consulta Pública Digital, 2019.”

1.2. Tesistas:

Bach. María Elizabeth Alva Morales
maria.elizabeth.alva@hotmail.com

Bach. Janeth Liliana Julca Gutiérrez
yalina_11@hotmail.com

1.3. Asesor:

Dr. Gilberto Rodolfo Araujo Barboza

1.4. Institución

Escuela Académico Profesional de Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Cajamarca

1.5. Fecha de inicio y terminación

Inicio: 01 octubre del 2019

Terminación: 30 de diciembre del 2021

2. Planteamiento del problema

Hoy en día el acceso a la tecnología forma parte de un ciclo de desarrollo humano, el cual se está convirtiendo en un Derecho universal. Los medios de comunicación como las tecnologías 3.0¹, la educación virtual y los gobiernos digitales, marcan la agenda pública para lograr captar las necesidades de los ciudadanos (as), sus preferencias y formas de interactuar con las políticas públicas. Los gobiernos centrales, regionales y municipios locales están impulsando nuevas formas de comunicación bidireccional para lograr democratizar el acceso a la información y participación ciudadana en la sociedad.

¹ La **Web 3.0** es el término que se utiliza para describir una red informática en la que todos los datos están conectados y en la que todas las máquinas procesan el contenido de igual forma que los humanos. En ella, los usuarios pueden interactuar mediante lenguaje natural y acceder al contenido de manera muy sencilla mientras que las máquinas interpretan el software procesando las peticiones con rapidez.

A diferencia de la época donde la televisión, radio, diarios y fax, cumplían el papel únicamente de receptores, sin tener una interacción directa con la sociedad, actualmente ya es posible comunicarse desde cualquier punto hasta cualquier otro punto únicamente autoseleccionando una pantalla, pues los mensajes se envían y se reciben en un sistema multidireccional y sistemáticamente interactivo en el que estamos inmersos todos.

Nuestra sociedad, está basada en redes de comunicación digitalizada en todos los aspectos de la vida, la política, la economía y las relaciones personales. (...) hace 20 años no había redes sociales. Por tanto, ya estamos en una sociedad red. Asimismo, se puede afirmar que, en la actualidad, la sociedad está determinada de manera esencial y a diferencia de las sociedades de otras épocas, por esta práctica (Fundación Gabo, 2019)

Una Sociedad en Red, abarca un sin número de posibilidades de interacción que se orientan a los diferentes aspectos de la vida cotidiana, pero que sobre todo se logra evidenciar en el aspecto social, al respecto la sociedad crea pautas o patrones de consumo que afectan las formas de vivir, que de alguna manera marcan el status, las identidades de clase, género y la manera de actuar. Asimismo, se establece una cultura de consumo, que sin duda va abarcando la totalidad de los espacios y dimensiones sociales de las personas. Un claro ejemplo se puede evidenciar en el caso del marketing y la publicidad, los cuales han ido desarrollando una estrategia que se destaca por un mayor control social, mediante los spots publicitarios y coloridos carteles que llenan cada esquina de los espacios públicos y los nuevos espacios digitales (Pedraja, 2017, p.42).

En tanto a esta red social también existe una política de manejo por parte de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, con la finalidad de dar a conocer a la población las diversas actividades oficiales, en cuanto a la gestión municipal, para lo cual es necesario establecer lineamiento en cuestión de investigación social para determinar el nivel de participación ciudadana a través del uso de estas herramientas tecnológicas.

Asimismo, se ha identificado que un medio de interacción como es Facebook, motiva a los ciudadanos (as) a tener una actitud crítica, al evidenciarse que no todos los funcionarios (as) municipales son aceptados de manera totalitaria por los ciudadanos(as), lo que genera un espacio de estudio social para esta investigación, recabando esta información para un análisis minucioso en el cual se lograra obtener información relevante para posteriormente medir los resultados obtenidos.

De igual manera producto de esta investigación se plantean soluciones que puedan ser aplicables para la búsqueda de objetivos como lo es la sistematización de la consulta pública Digital - 2019, la misma que será desarrollada a detalle en el capítulo correspondiente.

3. Formulación del problema

3.1. General

¿Cuál es el impacto social que existe en la utilización de la plataforma digital Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, para fomentar la participación ciudadana en la sistematización de la Consulta Pública Digital, 2019?

3.2. Específicas

- a) ¿Cuáles son los patrones sociales de los ciudadanos(a), frente a la respuesta del uso de la cuenta oficial de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca?
- b) ¿Existe una planificación de uso de la plataforma digital de Facebook desde una perspectiva social por parte de los funcionarios de la Municipalidad Provincial de Cajamarca?
- c) ¿Se evidencia la sistematización de la Consulta Pública Digital para fomentar la participación ciudadana, en la Municipalidad Provincial de Cajamarca, 2019?

4. Justificación

4.1. La justificación científica

Esta investigación logro ampliar el estudio de participación ciudadana en base a la utilización de las nuevas herramientas digitales y como estas permiten que el ciudadano (a) no solo sea un receptor de información, si no al mismo tiempo participe activamente en la ejecución, fiscalización y evolución de las políticas de su interés local.

4.2. La justificación práctica

Los resultados de la investigación nos sirven para identificar la manera de cómo se puede aprovechar las plataformas digitales, para administrar y gestionar la participación ciudadana, por ello es necesario identificar los recursos humanos y recursos tecnológicos para la optimización de estos.

4.3. La justificación metodológica

La investigación se basa en el uso de técnicas e instrumentos de recojo de datos que contribuyeron al logro de resultados que servirán para generar una experiencia de cómo evaluar una propuesta de consulta pública digital, a nivel micro organizacional, para posteriormente replicar a un nivel macro-organizacional.

4.4. La justificación institucional y personal

Se espera que esta investigación brinde la posibilidad de obtener grandes ventajas, incrementando la capacidad de organización y toma de decisiones de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, para así mejorar los procesos de participación ciudadana proporcionando información clave para la toma de decisiones a nivel de la actual gestión municipal; es por ello que la presente tesis tiene interés local, por ser nuestro lugar de residencia lo cual nos involucra como parte de la ciudadanía Cajamarquina en el derecho a participar en las gestiones municipales.

4.5. La justificación académica

La investigación permite ampliar nuestros conocimientos adquiridos en la carrera de sociología para lograr obtener el grado de licenciatura siguiendo los estándares establecidos por la EAP de Sociología.

4.6. La justificación social

La presente investigación permite lograr fundamentar sociológicamente la sistematización de la consulta pública digital, así mismo ofrece una gran cantidad de ventajas subyacentes, como la rapidez en la toma de decisiones y los procesos gubernamentales, por lo que ayudará a fortalecer las gestiones de gobernabilidad en base a las necesidades de la ciudadanía.

5. Objetivo General

Analizar el impacto social de la utilización de la plataforma digital Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, en el fomento de la participación ciudadana en la sistematización de la Consulta Pública Digital, 2019.

5.1. Objetivos Específicos

- a) Describir los patrones sociales de los ciudadanos(as) frente a las respuestas del uso de la cuenta oficial de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

- b) Conocer la existencia de planificación de uso de la plataforma digital de Facebook desde una perspectiva social por parte de los funcionarios de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.
- c) Analizar la sistematización de la Consulta Pública Digital para fomentar la Participación Ciudadana, en la Municipalidad Provincial de Cajamarca, 2019.

6. Limitaciones de la Investigación

Una de las limitaciones más destacada fue los trámites burocráticos que se hizo en la Municipalidad Provincial de Cajamarca para que permita la aplicación de la presente investigación. Se logró superar por la constancia que se tuvo al dar seguimiento de la solicitud presentada para que se pueda dar el visto bueno lo antes posible.

Otra de las limitaciones importantes fue la pausada participación de los ciudadanos en la encuesta causando dilatar el tiempo en la recolección de datos ocasionando que se prolongue más dicha investigación de lo que estaba establecido.

Aun así, se siguió enviando el link a los usuarios hasta conseguir la muestra necesaria para continuar con la investigación. Por último, la pandemia que ocasionó poner en pausa la presente tesis, así como sucedió en varios ámbitos, el adaptarse a esta red social tomo su tiempo, pero nos permitió que varios usuarios se interesen más por la página de Facebook de la Municipalidad de la Provincia de Cajamarca ya que era la única manera de estar informados de lo que ocurre en la localidad.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Internacionales

Según, Gelpi (2018), en su tesis denominada: “Política 2.0: las redes sociales (Facebook y twitter) como instrumento de comunicación política. estudio: caso Uruguay”, realizada en la Universidad Complutense de Madrid, señala la importancia de conocer las estrategias políticas que los partidos y candidatos manejan en ambas redes sociales, todo ello para saber las estrategias de cómo convencer a los votantes. Asimismo, comprender la participación que se debe tener en redes y el tipo de información que se debe proporcionar para atraer la atención del público que tiene interés en la política. Dentro de los principales hallazgos de la investigación, menciona que los ciudadanos uruguayos emplearon las redes de Facebook y Twitter para saber de las noticias políticas, más que para una participación activa en redes, como visitar un sitio web de candidato, firmar alguna petición en línea o donar dinero a un candidato o partido político. También señala que el público más adulto comparte /reenvía, se une a grupos, o comenta en Facebook y Twitter. Dentro de las conclusiones de la investigación, se menciona que el uso de redes ha tenido un impacto importante en la participación política de los ciudadanos uruguayos durante las elecciones presidenciales, ya que se destaca la importancia del contenido y el manejo de redes sociales, para llegar a la ciudadanía en el ámbito político.

De acuerdo a Vélez (2019), en su tesis denominada: “Participación ciudadana a través de las redes sociales y su influencia en los espacios digitales en la Parroquia San Camilo, Cantón Quevedo”, realizada en la Universidad Técnica de Babahoyo Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación; indica que la influencia de la participación ciudadana a través de las redes sociales en los espacios digitales, ha logrado ser un medio de comunicación local que cuentan con aceptación dentro del mercado de la comunicación local. Asimismo, los medios de comunicación han enfrentado diferentes posturas al atribuir el poco espacio de participación ciudadana que se le da a las personas de forma particular o mediante representantes de organizaciones para poder formular sus propias opiniones, crítica, solicitar la presencia de las autoridades para alguna obra o ayuda social, estas vicisitudes se hacen más frecuentes en los diferentes medios de comunicación televisiva, radial, en prensa escrita acusándoles de favorecer a cierto grupo de personas que de alguna manera encubren dejando expuesto a los demás.

Dentro de las conclusiones se menciona que la participación ciudadana influye de gran manera a través de las redes sociales debido a su alcance que estas tienen, las cuales son muy utilizadas por las personas ya que les otorgan plena libertad para expresarse democráticamente en referencia a temas nacionales, locales en el ámbito económico, político o social, así también se concluye que son varias las redes sociales utilizadas por los habitantes de la parroquia San Camilo, sin embargo, la más utilizada por todos es la red social de Facebook por su fácil acceso.

Según Montoya (2018), en su investigación denominada: “Tecnologías R y noticias juveniles: análisis de la influencia de las tecnologías “R”, como fuente de hechos noticiosos en los estudiantes de la facultad de comunicación social de la Universidad Central del Ecuador”, indicando que las redes sociales son utilizadas por los jóvenes no solamente para satisfacer sus necesidades, sino también para elaborar nuevos códigos de comunicación interpersonal y para el mantenimiento de relaciones sociales. Son las redes sociales el espacio para que los jóvenes creen nuevos símbolos lingüísticos, culturales, políticos e informativos, que lleguen a todas las esferas y sean de fácil comprensión y atractivos para todos los usuarios. Es decir, que las redes sociales han dado paso a una nueva forma de diseñar procesos informativos. En esta investigación, dentro de sus principales conclusiones se resalta que el uso que los estudiantes universitarios hacen de las tecnologías R, no solamente desde la idea de consumo, sino de la relación que se genera entre los sujetos y los medios que la configuran, llegando a convertirse en la columna vertebral de la búsqueda y generación de nuevas fuentes de información.

2.1.2 Nacionales

Para Córdoba (2015), en su tesis denominada: “La necesidad de estrategias de comunicación durante la sistematización del Programa de Segregación en la Fuente y Recolección Selectiva de Residuos de la Municipalidad Provincial de Huánuco en el año 2015”, realizada en la Pontificia Universidad Católica del Perú de la Facultad de ciencias y arte de la comunicación; se analizó la potencialidad de las nuevas herramientas digitales en temas de comunicación participativa municipal, indicando que la comunicación es un proceso educativo, el cual no solo se basa en enviar y recibir información, sino formar al ciudadano a través de procesos comunicacionales que están estructurados para que influyan en la conducta y formación de valores del ser humano. Además señala que la comunicación es un proceso participativo que negocia alternativas y requiere de habilidades de diálogo e interacción con los demás actores, de ese modo, es necesario que se integren la educación y comunicación

ambiental en la planificación ambiental estratégica para construir una visión compartida, a través de espacios de debate que promuevan la participación ciudadana de todos y se busque incluir a la mayor cantidad de socios privados, públicos y civiles.

Ymaña (2015), en su tesis denominada: “Redes Sociales y Participación Ciudadana”, realizada en la Universidad San Martín de Porres de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología, analiza el rol de las redes sociales, en especial del Facebook, como herramienta para fortalecer la cultura democrática a través de las oportunidades que ofrece para incentivar y desarrollar la participación ciudadana en temas de interés común. Los valores que impulsan a realizar la misma tienen como finalidad fomentar el civismo ciudadano. Dentro de las principales conclusiones se menciona que las redes sociales a través de la participación ciudadana han desplazado a los medios de comunicación tradicional en la formación de la cultura democrática, gracias a las nuevas tecnologías y los aparatos electrónicos existe la tendencia, potenciada a participar e involucrarse con ciertos temas de interés. Por otro lado, también se ha determinado la pérdida de credibilidad en los medios de comunicación tradicional, detallamos que la confianza en los medios de comunicación casi no existe, porque se percibe el conflicto de intereses económicos, políticos o financieros, la concentración de medios y la manipulación de las opiniones, imágenes, contextos, entre otros. Como conclusiones se identificó la falta de atención a la participación ciudadana a través de las propuestas de proyectos de ley e iniciativas civiles que traducen el sentir ciudadano, además de ello, las propuestas ciudadanas no son tomadas en cuenta porque existen distintos intereses y pugnas entre bancadas.

Para Rodríguez (2021), en su tesis denominada: “Valoración de los contenidos digitales en Facebook de la Municipalidad de Chepén y su relación con la participación ciudadana, 2021”, realizada en la Universidad Privada Antenor Orrego, de la facultad de Ciencias de la Comunicación, se determinó la relación que existe entre la valoración de los contenidos digitales en Facebook de la Municipalidad Provincial de Chepén y la participación ciudadana en el año 2021. Buscando como hipótesis la relación significativa entre la valoración de los contenidos digitales de Facebook de la Municipalidad Provincial de Chepén y la participación ciudadana. Los resultados muestran que los ciudadanos dan una valoración media y buena a los contenidos, infiriéndose que la Municipalidad ha cumplido con cubrir sus expectativas. Por otro lado, la percepción de la participación ciudadana es media alta. Finalmente se concluye que existe una relación directa y significativa entre la valoración de los contenidos digitales en Facebook y la participación ciudadana.

2.1.3 Locales

Según Cachi (2016), en su tesis denominada: “Influencia de las Redes sociales virtuales Facebook y Twitter en el Rendimiento Académico de las Estudiantes de la Institución Educativa Emblemática Santa Teresita, Cajamarca-2015”, realizada en la Universidad Nacional de Cajamarca, de la Facultad de Ciencias Sociales; donde analiza si las redes sociales influyen en el rendimiento académico de las estudiantes. Al concluir su estudio sostiene que las redes sociales aportan de manera positiva y negativa de acuerdo al tiempo, contenido y forma que se use; las estudiantes que ponen énfasis en temas educativos, así como la distribución de las mismas, ayuda de esta manera a tejer una red de consulta y soporte de sus miembros y por otro lado la red de estudio no está formada en aquellas estudiantes de notas regulares y bajas, sino de lo contrario lo que prevalece es una red de entrenamiento, en la que en la gran mayoría actúa de manera distanciada de sus compañeras de estudio, perdiéndose de esta manera los lazos académicos en el mundo virtual.

Para Gavidia (2018), en su tesis denominada:” Uso de las redes sociales para desarrollar una cultura medioambiente con alumnos del II ciclo de Ingeniería Ambiental y Forestal de la UNACH-Chota- Cajamarca-2016” realizada en la Universidad San Pedro de la Facultad de Educación y Humanidades, se indica que, como resultado existe un mejoramiento en el uso de las redes sociales para desarrollar una cultura medioambiental. Dentro de las conclusiones más resaltantes se destaca que una adecuada aplicación de las redes sociales determina el desarrollo de una cultura medioambiental de los alumnos del II ciclo de Ingeniería Forestal y Ambiental de la UNACH-Chota-2017, asimismo, con el uso de las redes sociales se identificó el nivel de formación de una cultura medioambiental de los alumnos del II ciclo de Ingeniería Forestal y Ambiental de la UNACH-Chota-2017.

Según Rodríguez (2020), en su tesis denominada: “La influencia de la herramienta Facebook live en la imagen corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017” realizada en la Universidad Privada del Norte en la Facultad de Comunicaciones, donde menciona como objetivo general determinar la influencia del uso de la Herramienta Facebook Live en la Imagen Corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017. En dicho estudio se utilizó a los usuarios seguidores de la Fan Page de dicha institución quienes interactuaban constantemente en las transmisiones realizadas mediante la herramienta Facebook Live. Esta investigación fue básica de nivel descriptivo de corte transversal. Dentro de las conclusiones se menciona que los resultados obtenidos fueron satisfactorios y si se pudo determinar la influencia mediante el uso de la técnica de la encuesta

con valoración en la escala Likert la cual permitió su medición con resultados en su mayoría positivos.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1. Teoría de redes

Según indica Alba (1982), en la obra “La Teoría de Redes Sociales”, a partir de los setenta proliferan las temáticas y contenidos de investigación que utilizan la perspectiva y métodos de redes sociales, como orientación e instrumento de análisis social, surgiendo la necesidad de identificar subgrupos de actores dentro de la red.

Se menciona que la participación ciudadana es activa y creciente en las redes sociales, y más aún cuando se trata de algún tema de su interés, otorgando protagonismo para la ejecución, fiscalización y evaluación de las políticas públicas que velen por los intereses colectivos. Estas plataformas como Facebook permiten que los seres humanos participen y den sus opiniones de manera remota; permitiendo al ciudadano estar informado de las gestiones que vienen realizando los municipios, con ello, el ciudadano (a) tenga un rol fiscalizador y evaluador.

Asimismo, se “considera que la participación ciudadana hacia una esfera más activa y protagónica, donde la organización de la sociedad a través de una planeación programática, puede tener incidencia directa sobre acciones y propuestas de políticas públicas, sus métodos de ejecución, supervisión evaluación y la rendición de cuentas misma” Cunnil (1991).

La participación de la población cajamarquina en la gestión de la Municipalidad Provincial de Cajamarca permitiría un gobierno eficaz y al servicio de las necesidades que realmente necesita la población, el presupuesto será usado en proyecto que beneficiarían a la población en general y no solo algunos. Así, mismo esta pagina de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca este nivel de participación ciudadana que recién se está evidenciando y que la población se identifique con su gobierno.

La red social abre las puertas a un gobierno lleno de oportunidades para gobernar de la mano con la población, ya que permite que cada usuario brinde su punto de vista solo haciendo uso de una laptop o celular sin necesidad de tener que acercarse a la oficina. Dando lugar a una participación ciudadana más activa.

2.2.2. Sociedad en Red.

Para Castells (2009), la sociedad en red está formada por nodos y redes, es decir, lugares conectados mediante redes electrónicas de comunicación a través de las cuales circulan e interactúan flujos de información que aseguran la simultaneidad de las prácticas procesadas en dicho espacio. En la actualidad, las redes que se alimentan por la tecnología de la comunicación, y que se basan en la microelectrónica, operan mediante software, en donde las características específicas que posee este nuevo sistema de información y comunicación son: la capacidad de auto-expansiva de procesamiento y de comunicación en términos de volumen, complejidad y velocidad; su capacidad para recombinar basada en la digitalización y en la comunicación recurrente; y su flexibilidad de distribución mediante redes interactivas y digitalización.

Los medios de comunicación tradicionales han permitido a lo largo de los años brindar información unidireccional, en esta nueva era tecnología; no solo el emisor emite el mensaje, el receptor la recibe y envía nueva información, es así como se genera la iteración y participación de los seres humanos; plataformas virtuales como Facebook nos permite comunicarnos de una manera eficaz, y en cuestión de segundos estar informados y al mismo tiempo dar una opinión o cuestionar la información.

La plataforma virtual de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca viene informando contantemente de las gestiones que viene realizando; permitiendo que su población esté al tanto de esto y al mismo tiempo participe activamente. Dando lugar a una comunicación bidireccional, eficaz y eficiente. Permitiendo que las publicaciones de la Municipalidad Provincial de Cajamarca sean vistas al instante que son publicadas, sin dejar de lado también los videos que se transmiten en vivo por parte de la pagina de Facebook de dicha entidad ya que estos en vivo también permiten dar su reacción y su opinión en el mismo instante que se ve la trasmisión, sin lugar a dudas es una herramienta muy favorable para las entidades no solo publicas sino también privadas, en cuanto se le de el uso adecuado.

2.2.2. Teoría Ciudadanía y Desarrollo Humano (Fernando Calderón)

Guiñazú (2007), nos indica que Calderón, introduce un marco interpretativo para pensar las nuevas condiciones sociales de la ciudadanía y el desarrollo humano en América Latina en el contexto del actual proceso de globalización. Calderón sostiene que, “como producto de las transformaciones de las últimas tres décadas, la región atraviesa una verdadera transición societal, signada no solo por los efectos de las llamadas “*reformas estructurales*”, sino también

por los cambios producidos en los campos de la «tecnología, la comunicación y el informacionalismo» (p.7)

Asimismo, también se menciona acerca de la generación de una ciudadanía más autónoma y crítica, una ciudadanía vinculada a nuevos espacios públicos de participación, conflicto y diálogo. Estos nuevos espacios públicos originan el concepto “opinión pública” que constituye un elemento definitorio esencial de las características del Estado democrático. La existencia de una opinión pública libre y las condiciones en las que esta se conforma y se manifiesta son un test de la calidad democrática de un Estado.

Una sociedad más justa es un sociedad más horizontal, por ello argumenta que los nuevos agrupamientos sociales han roto la tradicional esfera física y han pasado a la esfera virtual en donde generar mayor conciencia e impacto en su activismo de accionar, pero ello también crea nuevas formas de manejo o dominio político, lo que conlleva a que las instituciones gubernamentales humanicen el campo digital a través de nuevas formas de comunicación ciudadana captando las necesidades de Desarrollo Humano que se buscan, para ello es fundamental tener **una** alcance técnico – social de las herramientas digitales que se utilizan (Guiñazú, 2007).

La ciudadanía no solo es vista como un status determinado, condicionado por un conjunto de derechos y responsabilidades, sino que también expresa una manera de identidad, es decir, un sentimiento de pertenencia a una comunidad política. La construcción de ciudadanía, se relaciona a lo que Sinesio López, menciona “los gobernados dejen de ser un objeto sometido al poder para convertirse en un sujeto y titular legítimo del poder”. (Sinesio López, 2008), ello se relaciona a la gestión de los gobiernos locales y a la participación ciudadana, donde los ciudadanos a través de la consulta pública digital se empoderan, y pueden crear espacios de dialogo y opinión pública, y así se puedan generar propuestas que puedan motivar el cambio.

La Municipalidad Provincial de Cajamarca estando dentro de dichas Instituciones, creo su página de Facebook para que esté más cerca a la su población y esta permita la interacción entre los usuarios y su gobierno, lo que tradicionalmente no se daba, en la actualidad el proceso que se está viviendo de transición a un mundo digital permite que el gobierno lo use como una herramienta que se dé la participación ciudadana y se logre un gobierno horizontal.

La participación ciudadana que se puede dar mediante la plataforma digital de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca que busca escuchar las necesidades de la

población y así conseguir un desarrollo sostenible para Cajamarca. Abrirá las puertas a un gobierno democrático, donde va a permitir que la población se sienta identificada por sus gobernantes.

2.2.3. Teoría del Comportamiento Colectivo (Smelser)

Según Smelser, (1989), El comportamiento colectivo esta guiado por diversas clases de creencias: evaluaciones de la situación, anhelos y expectativas, para la Democracia Digital, en donde son los ciudadanos(a) se auto organizan en una red masiva para hacer prevalecer su Derechos Ciudadanos, en este sentido se menciona a la plataforma virtual de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca viene a ser un medio donde interactúa la ciudadanía en relación a la publicaciones que se emiten sobre la actual gestión municipal. (p.20)

El comportamiento colectivo en la Democracia Digital, genera espacios de dialogo e interactividad social, que buscan de manera directa generar cambios sustanciales, este nuevo panorama de gobierno Digital, establece el comportamiento ciudadano, sobre todo con los usuarios que permanecen activos en las plataformas digitales, creando espacios de dialogo, interactuando (reaccionando, compartiendo y comentando) contenido.

La pagina virtual de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca en el espacio donde permite que los usuarios se expresen de manera libre su punto de vista en base a las gestiones y proyectos que realiza esta gestión. Así nace la democracia digital.

2.2.4. Teoría de la acción social (Weber)

Según López, “Aristóteles situará a la acción como objeto del conocimiento práctico o moral y la define como el uso activo de la razón dirigida a la consecución del bien del hombre” (López, 2005, p.2). Es así como los seguidores de la página de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca realizan la acción de interactuar con la página al informarse de las gestiones que realizan sus autoridades para mejorar su comunidad y esto representa dicha consecución del bien del hombre como lo sostiene Aristóteles.

Fue Weber (1992) en su obra Economía y Sociedad quien definitivamente convirtió la acción humana en acción social. Por “acción” debe entenderse una conducta humana (bien consista en un hacer externo o interno, ya en un omitir o permitir) siempre que el sujeto o los sujetos de la acción enlacen a ella un sentido subjetivo. La “acción social”, por tanto, es una acción en donde el sentido mentado por su sujeto o sujetos está referido a la conducta de otros, orientándose por ésta en su desarrollo. Con esta definición, Bruno (2010), manifiesta que es posible afirmar que Weber concibe a la acción social como la forma elemental de sociabilidad

que permite a un individuo relacionarse y ser relacionado con los demás, además manifiesta que el ser-en-sociedad y el ser aceptado por la sociedad tienen como punto de referencia constantemente renovado y verificado, la adecuación del actuar individual con las prescripciones invisibles pero reales del grupo. El mismo autor manifiesta que el marco de referencia implícito compartido por los miembros de un grupo o sociedad es dotado de un poder estructurante cuando es capaz de condicionar la acción de propios y ajenos. “Es más, el grado de cohesión social es proporcional a la fuerza centrípeta de atracción de los individuos hacia un modelo ideal que garantice la armonía de las desigualdades” (Bruno, 2010, p.8).

Así, la acción social es percibida como el “átomo de sociabilidad”. Una acción puede ser considerada como una acción social cuando se orienta significativamente con respecto a la acción de los demás.

La teoría hace referencia a la necesidad del individuo, de existir dentro de una sociedad, es decir, de formar parte de un colectivo o de una comunidad, de la cual se obtiene un sentido de pertenencia y un sentido de identidad colectiva. Lo mismo sucede con la ciudadanía cajamarquina, y la necesidad que esta tiene de organización y de permanecer en grupos que compartan sus mismas preferencias, en este caso ello se evidencia en la plataforma virtual de Facebook, en la manera de cómo la población que es usuaria de la página, interactúa e intercambiar información de manera bidireccional acorde a los temas de interés de su comunidad.

2.2.5. Teoría del actor en Red (Bruno Latour)

Para Bruno Latour plantea una sociología basada en asociaciones, es decir que esta red incluye a los seres humanos y todo lo que rodea como objetos producidos y no producidos por el hombre. Es decir, la teoría del actor red considera que es prácticamente imposible entender qué es lo que mantiene unida la sociedad sin reintroducir en su tejido las entidades producidas por la naturaleza y los objetos no-humanos (Latour, 2003 p.27)

Es así como se construye una red con todos ellos donde los nombra “actantes” y cada uno de estos permiten tener una historia, en la presente investigación aplica esta teoría ya que esta red los actantes vienen a ser: los usuarios que siguen esta página de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, la plataforma digital (que viene hacer un objeto creado por el hombre) y que permite crear la red social por medio de las interacciones que se dan y al mismo tiempo tener una historia de esta página de Facebook desde que fue creada hasta la actualidad donde se evidencia el interés y la interacción que se da por parte de los usuarios a lo

largo de la existencia de esta página.

2.3. Bases conceptuales

2.3.1. Internet

Según Castells (2018), internet en la sociedad, expresa los procesos sociales, los intereses sociales, los valores sociales, las instituciones sociales. Por lo que, constituye la base material y tecnológica de la sociedad en red.

“En la actualidad el número de usuarios de internet en el mundo había más de 4.700 millones de personas con conexión a internet, 330 millones más que hace un año, según un informe que recopila datos de más de 200 países.” (El comercio, 2021)

Internet es el corazón de un nuevo paradigma socio técnico que constituye en realidad la base material de nuestras vidas y de nuestras formas de relación, de trabajo y de comunicación.

2.3.2. Redes sociales

Las redes sociales son sitios de Internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común (como amistad, parentesco, trabajo) y que permiten el contacto entre estos, con el objetivo de comunicarse e intercambiar información (Raffino, 2019).

Aspectos positivos de las redes sociales

- a) Rapidez de la información.
- b) Conocimiento de perfiles de interés:
- c) Facilidad para retomar el contacto:
- d) Acceso a todo tipo de contenidos.
- e) Capacidad de autopromoción.
- f) Fuente de entretenimiento.

Aspectos negativos de las redes sociales

- a) Exhibicionismo selectivo.
- b) Exceso de vanidad.
- c) Fragilidad de nuestra privacidad.

- d) Pérdida de tiempo.
- e) Exceso de publicidad.
- f) Fraudes.
- g) Adicción

2.3.3. Plataforma de Facebook

Facebook es una red social creada para intercambiar una comunicación fluida y compartir contenido de forma sencilla a través de internet (Pérez y Gardey, 2017).

Específicamente, la plataforma virtual de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca fue implementada con el ex alcalde Ramiro Alejandro Bardales Vigo, en su segundo periodo de gobierno - 2012, su primera publicación en la plataforma de Facebook fue el 13 de enero del año 2012. Las primeras publicaciones que se realizaban hacían referencia a enlaces de la página institucional donde compartían todas sus actividades en un primer momento. La mayoría de publicaciones en un inicio no tenían reacciones ni comentarios de algún usuario o seguidor.

2.3.4. Participación Ciudadana

La participación, por parte de la sociedad civil, en los asuntos públicos de nuestro país es un derecho fundamental, reconocido por los tratados y pactos internacionales suscritos por el Estado Peruano, los cuales establecen que toda persona tiene derecho a participar en los asuntos públicos de su país.

Por su parte, la Constitución Política del Perú de 1993, reconoce los derechos de los ciudadanos a participar en los asuntos públicos del Estado. Tal como lo indica la doctrina especializada: “La participación ciudadana en los asuntos públicos constituye un derecho fundamental cuyo ejercicio ha ido afirmándose y extendiéndose a lo largo de los años. Este proceso se expresa también en las múltiples formas en que la legislación nacional reconoce, regula y garantiza la intervención ciudadana en cada una de las fases de las políticas públicas.

2.3.5. Gobierno Digital

Según Torres (2018), actualmente, en el Perú existe una secretaria adscrita a la Presidencia de Consejo de Ministros denominada “Secretaria de Gobierno Digital” (SeGD),

que brinda asistencia técnica en la sistematización de los procesos de innovación tecnológica para la modernización del estado en coordinación con la Secretaría de Gestión Pública. Los Datos Abiertos Gubernamentales, es la información producida por las entidades públicas que se ponen a disposición de la ciudadanía en internet, de forma gratuita, sin limitaciones para ser utilizados, reutilizados y redistribuidos. Además, busca mejorar los procesos y los servicios de la Administración Pública; y se puede añadir más información dependiendo el interés de la persona u organización. Dicha estrategia nacional consta como finalidad promover la innovación en la generación de valor público con la reutilización de los datos abiertos y contribuir con el desarrollo económico y social, para fortalecer la participación ciudadana, la innovación, la colaboración y mejora de los servicios públicos en el marco de un gobierno abierto para el ciudadano.

Tabla 1

Funciones del comité del gobierno digital

- 1) Formular Plan de Gobierno Digital en la entidad
- 2) Liderar y dirigir el proceso de transformación digital en la entidad
- 3) Evaluar que el uso actual y futuro de las tecnologías digitales sea acorde con los cambios tecnológicos
- 4) Promover y gestionar la implementación de estándares y buenas prácticas en gestión y gobierno de tecnologías digitales en la entidad.
- 5) Promover el intercambio de información entre entidades

Nota: Resolución Ministerial N° 119-2018-PCM

Estas funciones tienen la finalidad de mejorar el servicio al ciudadano, tal vez en los próximos años paguemos tributos electrónicamente, remitamos oficios o escritos virtuales, y hasta para hablar con un representante sea por WhatsApp sin necesidad de acercarse a la entidad.

2.3.6. Tecno Sociabilidad

A partir de la normalización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la vida cotidiana, el hiper conexión ininterrumpida y universal dando lugar en gran parte de las comunicaciones y encuentros que conforman la vida del sujeto contemporáneo, dando lugar

a nuevas formas de sociabilidad (Zapatero, 2017, p.1).

Según Calderón (2011) “los jóvenes que viven los tiempos de la inflexión han sido denominados como “la generación de la tecno-sociabilidad”. Ellos son una buena muestra de los nuevos rasgos que la sociedad adquiere ya que, naturalmente, son los que mejor los encarnan. Por lo tanto, resulta interesante observar ciertas características comunes entre ellos, teniendo en cuenta que, con el inevitable paso de los años, se irán convirtiendo en los actores principales de la renovación y el cambio de la democracia y la sociedad de la información en la región”. (p.11)

2.3.7. Consulta Pública

La consulta pública es un mecanismo que le brinda la posibilidad, a cualquier autoridad del gobierno, de recibir información o retroalimentación del ciudadano, empresas y cualquier otra parte interesada en el marco del Análisis de Impacto Regulatorio (AIR). Esto le permite, a quienes están considerando emitir una intervención, saber si se debe o no ejecutar; así como evaluar los impactos que esta podría generar.

En este sentido, la consulta pública es un proceso formal que involucra un flujo de comunicaciones entre las partes interesadas de la ciudadanía y las entidades públicas; lo que significa un esfuerzo activo de parte de las instituciones del Estado, ya que deben interactuar con todas las posibles partes interesadas.

El análisis del impacto de una regulación, no puede ser considerado de alta calidad si la autoridad no realiza una consulta pública que permita el intercambio de ideas y el debate de la propuesta que pretende ser implementada. En otras palabras, se trata de un proceso técnico que ayuda a las autoridades a reunir la información valiosa y así, evitar errores en el proceso de toma de decisiones. (Pasión por el derecho, 2015)

2.4. Definición de conceptos claves

a) Comentar

El “comentario”, mediante internet, los lectores, oyentes o televidentes pueden realizar comentarios con gran facilidad y expresar sus opiniones en los sitios web y blogs. (Pérez y Gardey, 2021).

b) Compartir

Ofrece la posibilidad de compartir informaciones, documentos, archivos audiovisuales o fotografías entre los distintos usuarios. Esencia de las redes sociales en donde, lo que hace cualquier usuario es compartir con el resto de sus seguidores tanto fotografías como opiniones, informaciones e ideas. (Merino y Pérez, 2014).

c) Dar “like”

También se le llama, hacer clic en “me gusta” en una publicación de Facebook, es una forma de decirles a las personas que es de tu agrado sin dejar un comentario. Otras formas de indicar que no te gusta algo. Puedes ocultar, pausar o dejar de seguir una publicación, o bien denunciar algo que no te gusta. De esta forma, nos indicas que no quieres ver publicaciones similares en el futuro. (Meta, 2021)

d) Etiquetar

En la revisión de la biografía pueden aparecer fotos y publicaciones etiquetadas por personas que no están en tu lista de amigos, y podrás decidir si quieres que aparezcan en tu biografía. También puedes elegir revisar las etiquetas de cualquier usuario, incluidos tus amigos. (Meta, 2021)

e) Facebook Watch

Sirve para centralizar la experiencia, y que en vez de tener que estar buscando los vídeos en tu muro puedas ir a una sección en la que estén todos juntos para que sea más fácil consumirlos. (Fernández, 2018).

f) Historias de Facebook

Está referido a la mensajería efímera, esa que nos permite ponernos en contacto con otras personas con mensajes que desaparecen en un plazo concreto (24 horas), no es algo para nada reciente. (Cid, 2017)

g) Marketplace

La nueva app de Facebook para compra-venta de productos, una mezcla perfecta de e-bay y Wallapop para que vendas tus cosas o encuentres “gangas” con la ventaja de poder buscarlas cerca de tu entorno. (ISDI Educación, 2017)

h) Messenger

En esta red social podrás crear redes profesionales, compartir archivos o contenido multimedia y realizar llamadas entre otras funciones que esta aplicación tiene para ti. (GCF Global, 2021)

i) Notificaciones

Las notificaciones son actualizaciones sobre la actividad en Facebook, que están representadas por un ícono. Puedes ir a la configuración de las notificaciones para modificar sobre qué se te informa y cómo. (Meta, 2021)

j) Perfil

Se utiliza para un fin no comercial y representa a individuos. Tu perfil es donde agregar amigos y familiares y compartes fotos personales, videos y actualizaciones de tu vida. (Beese, 2016)

k) Postear

Según el Diccionario de la lengua española, el verbo que debe emplearse es “publicar”. (Universidad Francisco Marroquín, 2008)

l) Publicación

Acto y consecuencia de publicar, difundir algo o darlo a conocer a través de la impresión u otro mecanismo. El término suele emplearse para aludir al texto impreso. (Pérez, 2019)

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

3.1. Hipótesis

H.G.: La utilización de la nueva plataforma digital de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, genera un impacto positivo en la participación ciudadana en el proceso de la sistematización de la Consulta Pública Digital 2019.

3.1.1. Hipótesis Específicas

HE₁: Los patrones sociales son positivos frente a las respuestas del uso de la cuenta oficial de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

HE₂: La existencia de la plataforma digital desde perspectiva social genera una planificación positiva por parte de los funcionarios de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

HE₃: Existe la consulta pública digital y permite fomentar la participación ciudadana, en la Municipalidad Provincial de Cajamarca, 2019.

3.2. Variables.

3.2.1. Variable Independiente (X)

X: Utilización de la nueva plataforma virtual de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

3.2.2. Variable dependiente (Y)

Y: Participación Ciudadana

3.3. Operacionalización de variables.

Tabla 2

Operacionalización de variables

OPERACIONALIZACION DE VARIABLES		DEFINICION OPERACIONAL				
VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INST. DE RECOLECCION DE DATOS	FUENTE
Variable Independiente. (X) La Utilización de la Nueva Plataforma Virtual de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca	Perfil de Facebook, es un lugar en Facebook donde puedes compartir información personal (Meta, 2022)	<ul style="list-style-type: none"> - Tecnología. - Información - Medios de Información 	Facebook	% Nivel de manejo de la Herramienta digital.	Encuesta.	Seguidores de la plataforma virtual de Facebook Funcionarios de la MPC
			Difusión de Información.	% de Difusión de Información en Fondo y Forma).		
			Medios de Comunicación Digital	% de Utilización de Herramientas de Comunicación Digital.		
Variable Dependiente. (Y) Fomentar la Participación Ciudadana.	Es un derecho fundamental que se expresa en las formas en que la legislación nacional reconoce, regula y garantiza la intervención ciudadana y nos permiten evaluar el nivel democrático en la Municipalidad Provincial de Cajamarca. (Constitución Política del Perú, 1993)	Nivel de Satisfacción del Ciudadano (a).	Alto Medio Bajo	% de personas que visitan la página de Facebook de la MPC. % de personas que interactúan con la página de Facebook de la MPC % de persona interesadas en los asuntos públicos de la ciudad % de personas que les gustaría que se tomaran en cuenta sus opiniones en la página de Facebook de la MPC % de personas que consideran necesaria la consulta pública digital % de personas que le interesa participar en cuestiones de la ciudadanía % de personas que se sienten identificados con el logo de la MPC % de funcionarios de la MPC que fomentan la participación ciudadana en sus perfiles de Facebook.		

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

4.1. Tipo de investigación

Estudio de investigación es correlacional ya que es un tipo de estudio que tiene como propósito evaluar la relación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables (en un contexto en particular). Los estudios cuantitativos correlacionales miden el grado de relación entre esas dos o más variables (cuantifican relaciones). Es decir, miden cada variable presuntamente relacionada y después también miden y analizan la correlación. Tales correlaciones se expresan en hipótesis sometidas a prueba (Hernández, 2014 p.126).

4.2. Diseño de estudio

El diseño de investigación es no experimental, se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que se dan sin la intervención directa del investigador, es decir; sin que el investigador altere el objeto de investigación. En la investigación no experimental, se observan los fenómenos o acontecimientos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. (Lancheros,2012 p.25)

Este diseño en la población de muestra que corresponde a los seguidores de la página de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, son observados de acuerdo a la interacción que realizan dentro de esta página sin ningún tipo de intervención o influencia por parte de los investigadores, es por ello que esta investigación es de corte transversal ya que este tipo de diseño se caracteriza porque suelen incluir individuos con y sin la condición en un momento determinado (medición simultánea) y en este tipo de diseño, el investigador no realiza ningún tipo de intervención (interferencia). El investigador realiza una sola medición de la o las variables en cada individuo (número de mediciones). (Rodríguez y Mendivelso, 2018, p. 142).

1. **Unidad de análisis:** Ciudadanos(as) que interactúan en la cuenta oficial de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.
2. **Unidad de observación:** Ciudadanos (as) que interactúan en Facebook

4.3. Universo de estudio, selección y tamaño de muestra

4.3.1. Población de estudio

Para la presente selección del universo tomamos los siguientes criterios según Tamayo y Tamayo (2012):

Criterios de inclusión:

Ciudadanos(a) que interactúan con cuenta oficial en Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca

Criterios de exclusión:

Ciudadanos(a) que no interactúan con cuenta oficial en Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

4.3.2. Tamaño de muestra

La muestra es una parte de la población entre los 18 a 60 años de edad, que utiliza la red social Facebook y al mismo tiempo siguen a la nueva plataforma virtual de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca

Para la elaboración de la siguiente información se trabajó mediante la presente fórmula estadística de muestreo probabilístico aleatorio simple:

Donde:

n = tamaño de muestra buscado

N = tamaño de población o universo

Z = parámetro estadístico que depende el nivel de confianza.

P = Variabilidad positiva.

Q = Variabilidad negativa.

e² = margen de error.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2(N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

En esta investigación los valores son:

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 50.50 \cdot 49000}{5^2(49000-1) + 1.96^2 \cdot 50.50}$$

N = 49000 seguidores de 18 a 60 años

Z = 1.96

P = 50%

Q = 50%

e² = 5%

Resultado:

Muestra: 381 seguidores

4.4. Técnicas e instrumentos de recojo de datos

Tabla 3

Técnicas y Procedimientos de Recolección de Datos

TÉCNICAS ²	INSTRUMENTO ³	INFORMANTES
Encuesta	cuestionario	Seguidores de la plataforma virtual de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca
Análisis documental	Ficha de análisis	- Página oficial de la Municipalidad Provincial de Cajamarca - Perfil de Facebook de funcionarios de la Municipalidad Provincial de Cajamarca - ROF - MOF

Nota. Los instrumentos fueron aplicados a los seguidores de la plataforma virtual de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

4.4.1. La encuesta

Con esta técnica de recolección se establece contacto con las unidades de observación por medio de los cuestionarios previamente establecidos.

² Es el conjunto de instrumentos y medios a través de los cual se efectúa el método y se aplica a una investigación.

³ Un **instrumento** de recolección de datos es cualquier recurso que pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos a investigar y extraer de ellos información.

4.4.2. Cuestionario:

Según Meneses (2017), un cuestionario es, por definición, el instrumento estandarizado que empleamos para la recogida de datos durante el trabajo de campo de algunas investigaciones cuantitativas, fundamentalmente, las que se llevan a cabo con metodologías de encuestas. En pocas palabras, se podría decir que es la herramienta que permite al científico social plantear un conjunto de preguntas para recoger información estructurada sobre una muestra de personas, empleando el tratamiento cuantitativo y agregado de las respuestas para describir a la población a la que pertenecen y/o contrastar estadísticamente algunas relaciones entre medidas de su interés, (p. 9)

4.4.3. Seguidores de la plataforma virtual de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca

Usuarios que siguen la plataforma virtual de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca y participan activamente en las publicaciones de dicha página.

4.4.4. Análisis documental

Constituye el estudio de los documentos impresos (libros, actas, memorias, periódicos, revistas etc.), y no impresos (manuscritos, cartas, objetos culturales, etc.), lo cual contribuye a la comprensión de problemas sociales, de hechos sociológicos, antropológicos, psicológicos o educativos a los que se refieren. (Univalle, 2019).

CAPÍTULO V

ASPECTOS GENERALES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CAJAMARCA Y SU PLATAFORMA VIRTUAL DE FACEBOOK

5.1. Municipalidad Provincial De Cajamarca

5.1.1. Misión y Visión

- Misión

“Somos una institución que: Promueve el desarrollo local y el bienestar social, garantiza la participación en la gestión municipal y la seguridad ciudadana, brinda servicios públicos esenciales, gestiona el crecimiento ordenado de la ciudad y el equipamiento con infraestructura, del territorio urbano y rural de la provincia de Cajamarca.”⁴

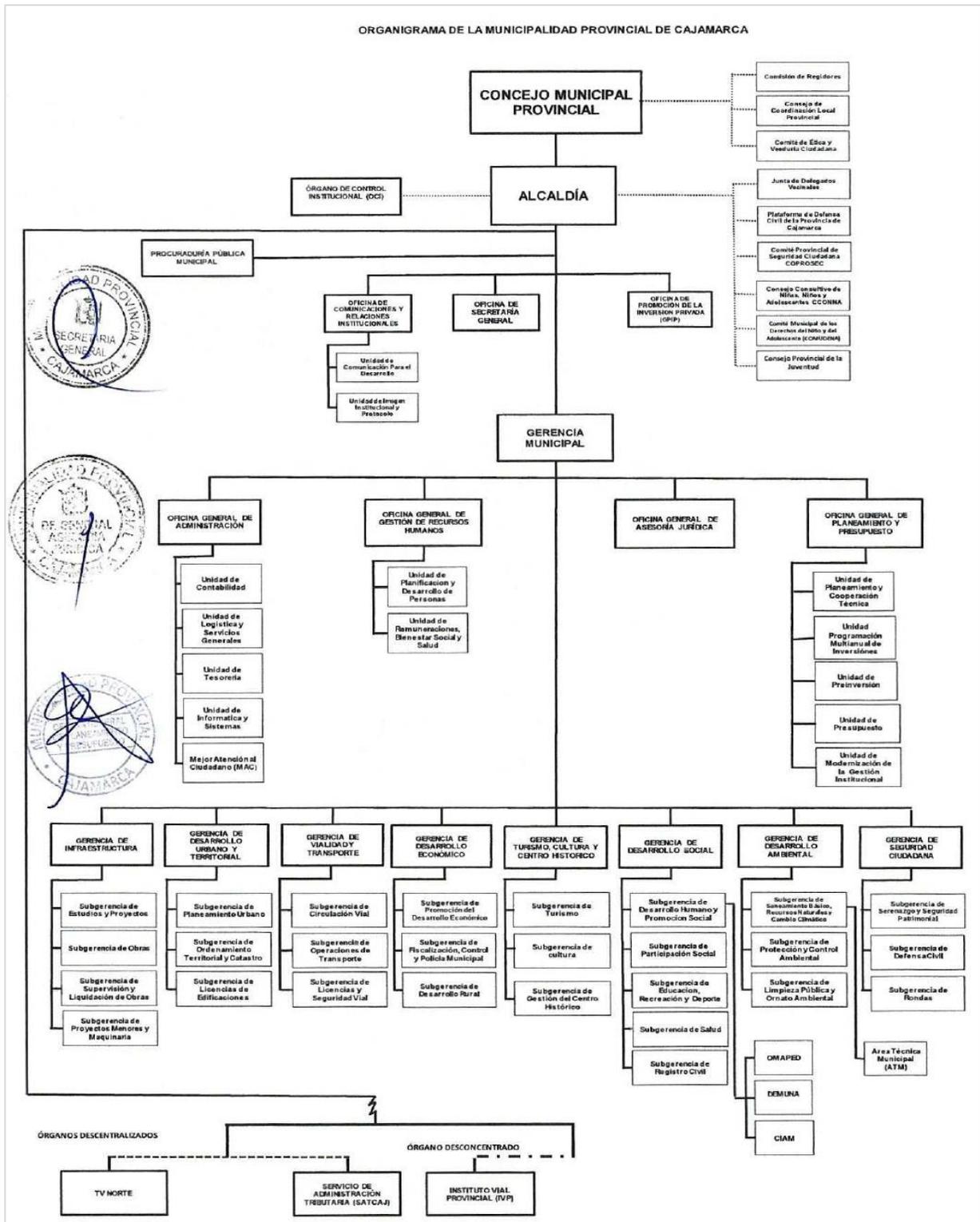
- Visión

“Municipalidad Provincial de Cajamarca moderna y competitiva, líder institucional del desarrollo sostenible de la provincia, implementa estrategias de concertación y articulación para cerrar brechas sociales y de infraestructura, brinda servicios públicos de calidad y hace buen uso de los recursos públicos que gestiona.”⁵

⁴ Municipalidad Provincial de Cajamarca, (marzo del 2019). Municipalidad Provincial de Cajamarca es tuya. <https://www.municaj.gob.pe/index.php/mision>

⁵ Municipalidad Provincial de Cajamarca, (marzo del 2019). Municipalidad Provincial de Cajamarca es tuya. <https://www.municaj.gob.pe/vision>

5.2. Organigrama de la Municipalidad Provincial de Cajamarca



Nota. Reglamento de Organización y Funciones – Municipalidad Provincial de Cajamarca

5.3. Oficina de Comunicaciones y Relaciones Institucionales

La oficina de Comunicaciones y Relaciones Institucionales es la encargada de planificar la política de comunicación interna y externa que contribuya al logro de los objetivos que tiene la Municipalidad Provincial de Cajamarca permitiendo que se fortalezca la imagen corporativa.

Así mismo también tiene como función evaluar periódicamente las opiniones, expectativas y preocupaciones de la comunidad y/o de los usuarios de los servicios municipales los cuales permitan mejorar la imagen de la institución, es aquí donde la presente investigación aporta a las mejoras de dicha institución va a permitir determinar el interés y la opinión de los usuarios en cuanto a su plataforma digital de Facebook y a las gestiones que se vienen publicando.

5.4. Plataforma digital de Facebook de la Municipalidad Provincia de Cajamarca

La plataforma digital de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca viene trabajando desde el periodo del ex alcalde Manuel Becerra 2015 - 2018 y el gobierno actual ha continuado con la misma página agregando el contenido de las gestiones que viene realizando.

Esta plataforma digital fue creada con la finalidad de que la población esté más informada de las gestiones que viene realizando la Municipalidad y pueda interactuar de una manera directa con dicha Institución, es aquí donde permite que esta investigación analice si se viene dando este tipo de comunicación e interacción entre la ciudadanía y el gobierno actual.

CAPÍTULO VI

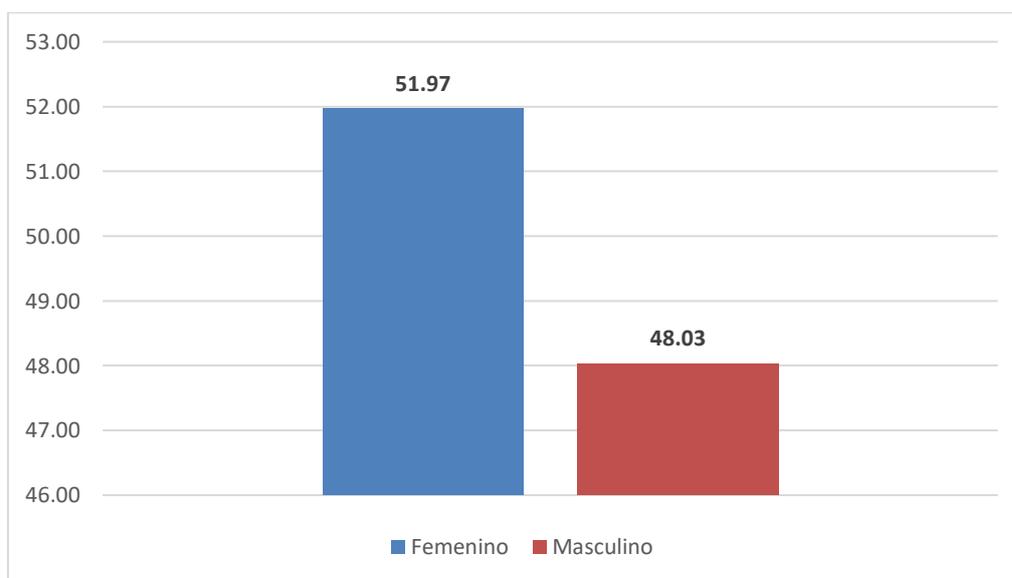
PATRONES SOCIALES DE LOS CIUDADANOS(A) FRENTE A LAS RESPUESTAS DEL USO DE LA CUENTA OFICIAL DE FACEBOOK DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CAJAMARCA.

El presente capítulo muestra los resultados de la investigación, los mismos que han sido tabulados, procesados y presentados en figuras y tablas para su respectivo análisis e interpretación en orden correlativo y en coherencia con los objetivos propuestos.

En tal sentido se consideró la presentación de los resultados en tres secciones para un mejor análisis de los mismos; en primera estancia el registro general del encuestado, como; género y edad. En segundo lugar, se consideró la información del uso de la plataforma virtual de Facebook y, por último, información del uso de la página oficial de Facebook de la municipalidad provincial de Cajamarca. Todo ello en función a las dos variables en estudio, la utilización de la nueva plataforma virtual de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca y fomentar la participación ciudadana.

Figura 1

Género de las personas encuestadas



Nota. Esta figura muestra las personas que participaron del cuestionario en línea. En la figura 1 se muestra una mayor participación en el estudio, por parte de las mujeres (51.97%) a diferencia de los varones que solo representan un 48.03%, lo cual indica que el uso de la plataforma virtual de Facebook lo utilizan en mayor medida las mujeres para fines diversos los

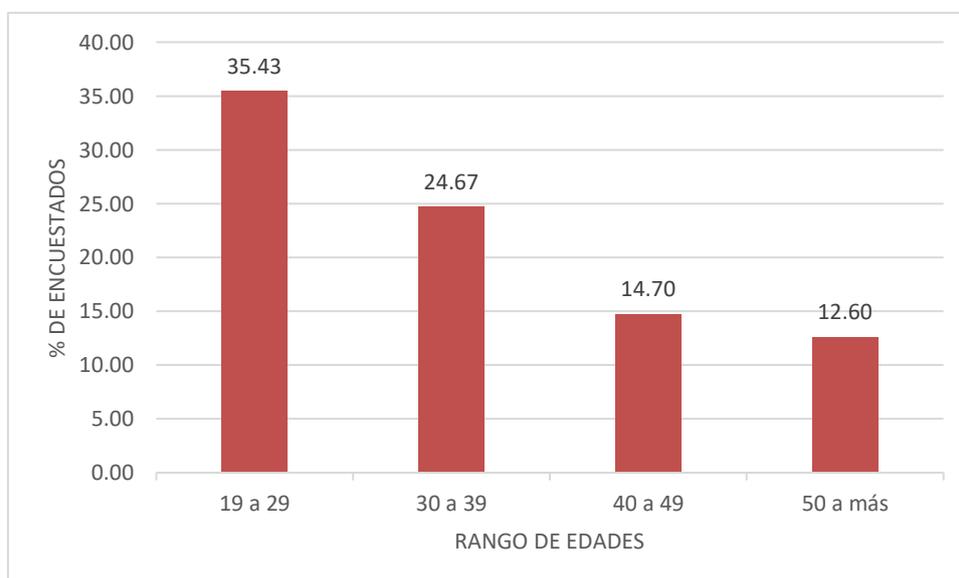
cuales puede ser: para realizar compras, para vender o comprar productos, etc.

Las mujeres son muy activas y espontáneas en las redes sociales ya que mientras ellas están en las redes, pueden poner un “me gusta” en Facebook, cargar una foto en Instagram, al tiempo que comparten información en otras redes, los hombres en cambio, tienen una participación más lineal y tranquila. (MarketingNews, 2018)

Sin embargo, Valencia, Cabero y Garay, (2020) mencionan que en el estudio de la Fundación Orange 2009 se destaca que a pesar de que la presencia de las mujeres en las redes sociales es ligeramente superior al de los hombres, existen excepciones en algunas redes sociales específicas enfocadas a las relaciones profesionales donde la mayoría de los usuarios son hombres (Esto demuestra que, aunque las diferencias no son resaltantes, hombres y mujeres no comparten el mismo comportamiento en la red.

Figura 2

Edad de las personas encuestadas



Nota: En esta figura se muestra el rango de edades de las personas que participaron del cuestionario en línea. Como se muestra en la figura 2, el mayor porcentaje de la población que participó en el estudio lo representa el rango de edades entre 19 a 29 años (35.43%); Cabe indicar que la mayor parte de este grupo edades utilizan las redes sociales como Facebook, en mayor medida para conocer amigos(as), como herramienta de clases virtuales, para ser compras por aplicaciones, para ventas, para exhibir sus fotos, etc.

Las evidencias anteriores se asemejan a la investigación publicada por la revista española médica clínica Las Condes, donde explica que el 33,1% de los usuarios de redes sociales en Latinoamérica son jóvenes entre 15 y 24 años (Arab y Díaz, 2014).

Entrando en este tema el grupo de personas menores de 18 años (12.60%) los cuales tiene una menor participación en el estudio pese a que son el grupo más activo en redes, esto debido a que es población netamente estudiantil, enfocándose en otras preferencias y actividades, en su mayoría ingresan a la red para buscar información y mantener comunicación con sus amigos, asimismo muchos de ellos ingresan a las redes sociales con supervisión de un adulto para controlar la información que manejan. Lo anterior se explica con la necesidad que tienen los adolescentes y jóvenes de sentirse partícipes de algo con lo que se sientan identificados, de tener su propio espacio personal y de formar una red de amigos buscando sentido de pertenencia, identidad y valores, los que establecen la forma de relacionarse en las redes. (Arab y Díaz, 2014).

En el mismo sentido en el siguiente ítem se encuentran las personas con el rango de edad entre 30 a 39 años (24.67%), las cuales también muestran una participación significativa aunque diferenciada, ya que son un grupo adulto de usuarios con preferencias y gustos diferentes que van enfocados en su mayoría al trabajo, deporte familia, entre otros y por ende poseen otros estilos de vida al igual que el grupo de personas del rango de edad entre 40 a 49 (14.70%), en cuestiones de uso de Facebook, Sehl (2020) menciona en uno de los datos demográficos publicados en el sitio web “blog hootsuite”, que Facebook cuenta con una distribución bastante uniforme de usuarios en la mayoría de los grupos de edades. Por ejemplo, más del 75% de los estadounidenses de entre 18 y 49 años usan Facebook. Asimismo, dentro de este mismo grupo de edades hay pocos cambios. De hecho, tantos jóvenes de 18 a 29 años como de 30 a 49 años usan Facebook en los Estados Unidos.

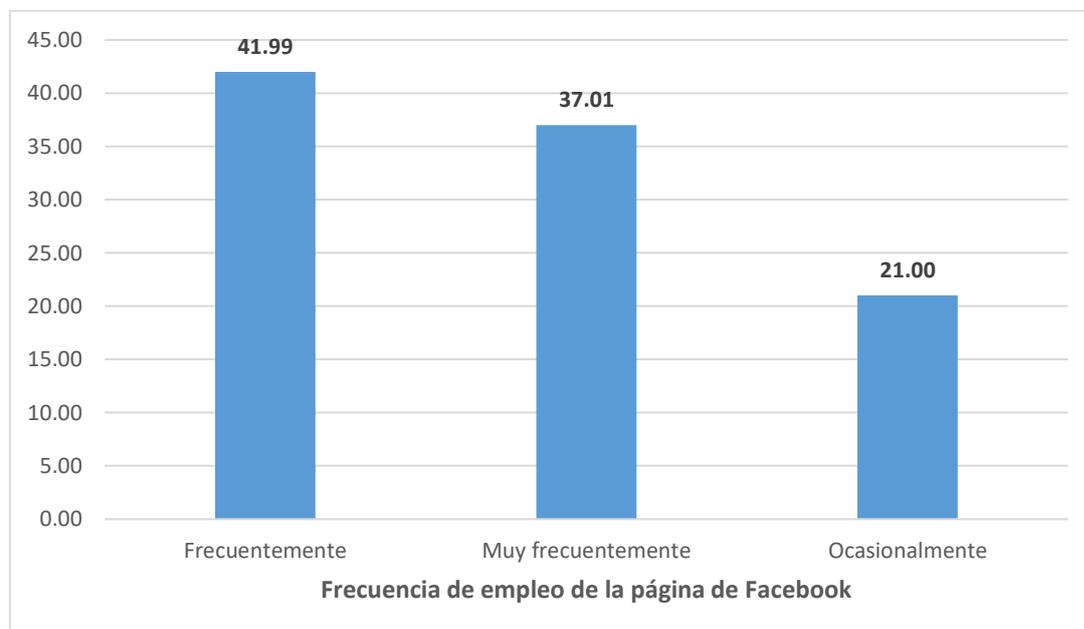
En otras palabras, la misma cantidad de niños y padres usan Facebook. Volviendo a la figura, el grupo de personas de 50 años a más, representa un porcentaje menor (12.60%), esto debido a que las personas de ese grupo etario crecieron en una época donde el uso de internet y redes era reducido o escaso y por ende no todos estaban actualizados en su manejo y no podían tener a su alcance la información necesaria, en consecuencia se genera una brecha digital generacional, es decir una diferenciación en el manejo de redes, ya que tanto niños como adolescentes son “nativos digitales⁶”, ya que crecieron con la tecnología a su alcance y muchas

⁶ El término "nativo digital" fue acuñado por el autor estadounidense Marc Prensky y lo describe como aquellas

veces son ellos los que enseñan y educan a sus padres en esta área, lo que genera una alteración en las jerarquías familiares (Arab y Díaz, 2014).

Figura 3

Empleo de la página de Facebook



Nota: La figura 3 muestra que un 41.99 % de la población entrevistada utiliza de manera frecuente la plataforma virtual de Facebook, es decir un poco menos de la mitad está conectada de manera habitual, seguido de “Muy frecuentemente” (37.01%). Aunado a este tema, según García (2018) se estima que en el Perú 6 de cada 10 usuarios se conectan todos los días, en un periodo promedio de 2.8 horas, de la misma manera los horarios preferidos de conexión van entre las 9:30 p.m. y las 11:30 p.m.

Por lo que Facebook se posiciona como la preferida por todos con un 92%, sin distinción de edad, género o nivel socioeconómico. Por último, solo un 21 % emplea Facebook ocasionalmente, dentro de este grupo se encuentran las personas que prefieren utilizar otras redes sociales, así también las que no pueden acceder de manera habitual a las mismas.

Tabla 4*Estar informado de lo que ocurre en el entorno*

Estar informado	Masculino		Femenino		Total	
	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%
Muy informado	41	10.76	134	35.17	175	45.93
Informado	73	19.16	56	14.70	129	33.86
Algo informado	62	16.27	6	1.57	68	17.85
Poco informado	5	1.31	2	0.52	7	1.84
Nada informado	2	0.52	0	0.00	2	0.52
Total	183	48.03	198	51.97	381	100

Nota: Cuando se habla de entorno, de manera general está referido a aquellos acontecimientos importantes que suceden en los aspectos; políticos, sociales, económicos, culturales, entre otros, que se suscitan en el entorno. Como se evidencia en la tabla 4, menos de la mitad de la población encuestada (45.93%), usuaria de la plataforma de Facebook, manifiesta estar muy informada de lo que ocurre en su entorno, en su mayoría predomina el género femenino con un 35.17 %.

Asimismo, los que prefieren estar solamente informados de manera general de los acontecimientos de su entorno solo lo represente un 33.86 %, donde la mayoría esta vez lo representan los hombres con un 19.16 %. En esta misma línea se puede mencionar que el estudio Digital News Report (2021) del Instituto Reuters, presenta un análisis sobre los medios de comunicación en 46 países, revelando que Facebook es la red social más empleada (69%) por los usuarios peruanos para informarse sobre la coyuntura nacional. (Agencia Peruana de Noticias Andina, 2021).

Por otro lado, Poco informado (1.84 %) y nada informado (0.52 %) son los ítems con menor porcentaje. En la actualidad la página de Facebook de la MPC tiene 94 mil seguidores los cuales representan tan solo un 26.97 % de la población total de la provincia de Cajamarca que según (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2018) es de 348 433 habitantes, de lo anterior, la página de Facebook de la MPC viene informando constantemente de las actividades que viene realizando, permitiendo que la población tenga la información a su alcance y al mismo tiempo fomente la participación, en consecuencia de motivación a los ciudadanos a tener una actitud crítica, pese a ello no se logra aun una participación ciudadana activa, asimismo no todos puede acceder a esta información, debido a que hay ciudadanos que

aún no poseen una cuenta en Facebook o si las tienen no les interesa los asuntos de su ciudad sino para otros fines como ya se vio anteriormente en anteriores ítems.

Tabla 5

Principal función de Facebook

Función	Masculino		Femenino		Total	
	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%
Informar	34	8.92	118	30.97	152	39.90
Socializar	32	8.40	53	13.91	85	22.31
Entretener	50	13.12	23	6.04	73	19.16
Compras en línea	16	4.20	0	0.00	15	3.94
Otros	51	13.39	4	1.05	55	14.44
Total	183	48.03	198	51.97	381	100

Nota: De acuerdo a la tabla 5, la mayoría de personas encuestadas consideran que la principal función de Facebook es informar a los usuarios (39.90%), seguida de Socializar (22.31 %) y Entretener (19.16 %), si bien en cierto la red social Facebook se creó en un primer momento para compartir un espacio donde se pudieran intercambiar una comunicación fluida y compartir contenido de forma sencilla a través de Internet.

En la actualidad las funciones y las actividades que se pueden realizar en ella son variadas. La plataforma de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca cumple una función importante, que es la de informar y dar a conocer sobre la gestión y las actividades que realiza el presente alcalde.

De esta manera los usuarios que siguen la página de Facebook de la MPC buscan estar informados por este medio de lo que sucede en su entorno. Por otro lado, la plataforma de Facebook ahora no solo posee las funciones mencionadas anteriormente, sino que también, es una plataforma donde se puede realizar diversas actividades, como; buscar empleo, jugar en línea, crear grupos, etc., este conjunto de personas que consideran como prioritaria estas funciones, está conformado por un 14.44 %, sin embargo, algunas de sus principales funciones siempre serán; informar, socializar y entretener.

Tabla 6*Temas de mayor consulta en Facebook*

	Masculino		Femenino		Total	
	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%
Cultura	27	7.09	42	11.02	69	18.11
Política	23	6.04	38	9.97	61	16.01
Seguridad	17	4.46	39	10.24	56	14.70
Economía	41	10.76	12	3.15	53	13.91
Deportes	20	5.25	4	1.05	24	6.30
Tecnología	10	2.62	8	2.10	18	4.72
Empleo	8	2.10	7	1.84	15	3.94
Espectáculos	3	0.79	7	1.84	10	2.62
Otros	34	8.92	41	10.76	75	19.69
Total	183	48.03	198	51.97	381	100

Nota: De acuerdo a la tabla 6, se puede evidenciar que la mayoría de las personas que participaron en el estudio prefiere consultar otros temas (19.69 %) diferentes a los presentados a elección, en su mayoría son mujeres con un 10.76 %, ello se relaciona con el estudio realizado en España por MarketingNews⁷ donde menciona que el 75% de las mujeres encuestadas declaran seguir a alguna marca a través de sus redes, señalando que las páginas más seguidas por el público femenino son de entretenimiento, cultura, viajes, turismo, tecnología, deporte y alimentación, asimismo más de la mitad de estas mujeres (el 38%) asegura que su decisión de compra se ha visto influida por las redes sociales (MarketingNews, 2018).

En el mismo sentido, los ítems; Cultura (18.11 %), Política (16.01 %), seguridad (14.70 %) y Economía (13.91 %), tienen una ligera variación en sus resultados no obstante también son relevantes en el estudio ya que agrupados representan un 62.73 % y se considera como los temas que más consultan en la red social Facebook después de otros temas.

⁷ MarketingNews es un diario español, dirigido a profesionales del marketing.

Tabla 7

Frecuencia de visitas en la página oficial de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca

	Masculino		Femenino		Total	
	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%
Siempre	49	12.86	14	3.67	63	16.54
Casi siempre	40	10.50	35	9.19	75	19.69
Algunas veces	27	7.09	80	21.00	107	28.08
Muy pocas veces	22	5.77	60	15.75	82	21.52
Nunca	45	11.81	9	2.36	54	14.17
Total	183	48.03	198	51.97	381	100

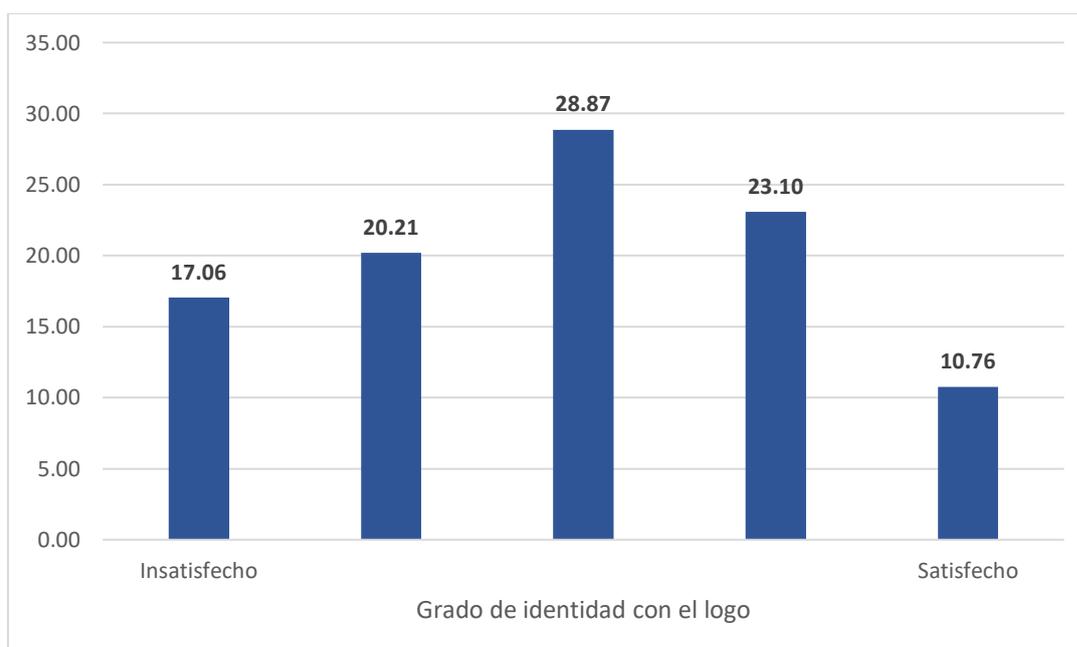
Nota: De acuerdo a la tabla 7, en su mayoría la población visita la página oficial de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca algunas veces (28.08%), seguido de muy pocas veces (21.52%), esto debido a que los temas de interés de la población entrevistada no se centran en las actividades que realiza la página de Facebook de la MPC, como se especificó en la tabla 6 donde menciona que en su mayoría consultan otros temas con mayor frecuencia.

Sin embargo, existe una menor población que visita siempre (16.54 %) y casi siempre (19.69 %) la página de Facebook de la MPC, esto puede ser debido a que son personas que quieren estar constantemente informados de lo que se publique, puede estar relacionado con su comunidad, con su barrio o su lugar de trabajo.

Por lo contrario, los que nunca visitan la página de Facebook de la MPC (14.17 %) puede ser debido a que no les genera algún interés permanecer informado y esperan a que la información aparezca espontáneamente en la sección de noticias de su perfil de Facebook.

Figura 4

Grado de identidad con el logo de la página de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca



Nota: Según la figura 4, de acuerdo a la escala presentada, la mayoría de la población (28.87 %) no se siente ni satisfecho ni insatisfecho con el logo de la MPC desde la perspectiva ciudadana, sin embargo, un porcentaje de la población refiere sentirse insatisfecho (17.06 %), por ende, no se identifica con el logo de la MPC.

Lo anterior se explica en la perspectiva que el ciudadano tiene, y el sentido de pertenencia que posee ante algo con que se identifica. Un logo o imagen sirve para comunicar los atractivos del lugar que lo representa, lo que lo hace único y diferente a cualquier otro lugar, resume su identidad. No obstante, es difícil de incluir una identidad por completo en un logo, emblema o eslogan, esto explica que muchos no se sientan verdaderamente identificados. (Universidad San Martín de Porres, 2014).

De la misma forma tenemos a una minoría de población que se siente satisfecho (10.76 %) con el logo de la página, ya que consideran aceptable las figuras, símbolos, colores y la frase que representa el logo de la plataforma de Facebook.

Tabla 8

Aceptación del logo de la Municipalidad Provincial de Cajamarca por parte de los ciudadanos usuarios/seguidores

Aceptación del logo de la MPC	Masculino		Femenino		Total	
	No.	%	No.	%	No.	%
Positivo	2	6.67	4	13.33	6	20.00
Negativo	12	40.00	7	23.33	19	63.33
No sabe/no opina	1	3.33	4	13.33	5	16.67
TOTAL	15	50.00	15	50.00	30	100.00

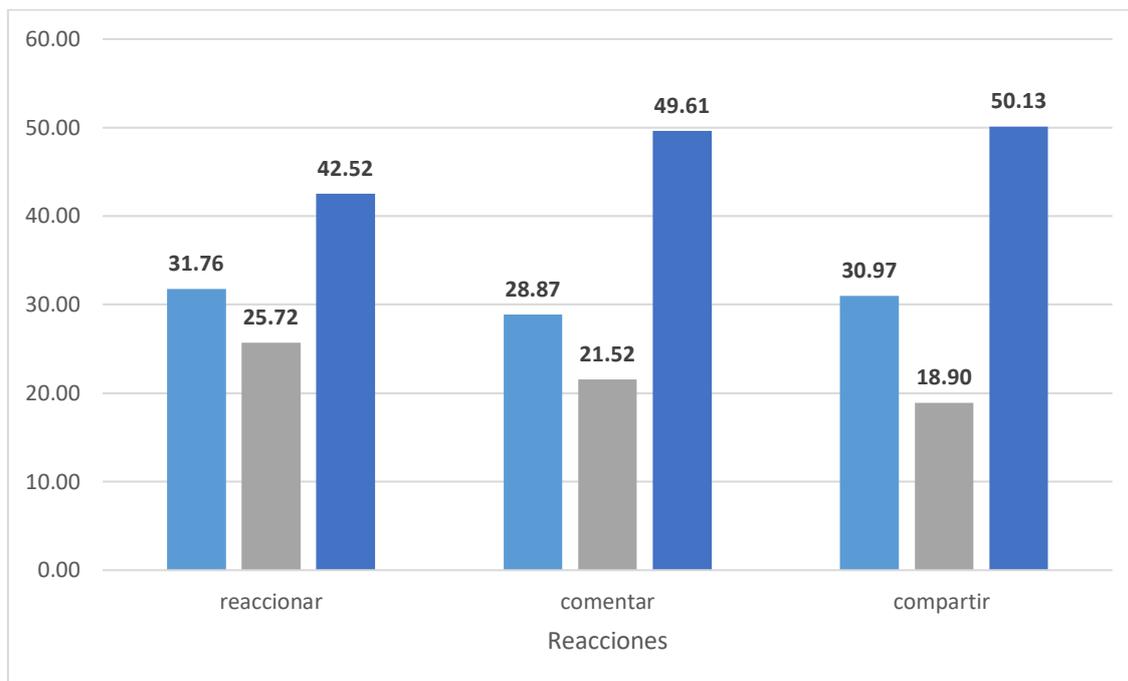
Nota: Se realizó un análisis en base a los comentarios de los usuarios del primer diseño del logo que publicó a la página de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca el 01 de enero del año 2019, con el gobierno del Actual alcalde Andrés Villar Narro.

De acuerdo a la tabla 8, el nuevo diseño del logo, no tuvo buena aceptación por parte de los ciudadanos y usuarios, seguidores de su cuenta de Facebook, la mayoría hacia comentarios negativos respecto al logo (63.33 %), por otro lado, solo una minoría se mostraba a favor del nuevo logo institucional (20%), esta información coincide con los resultados de la figura 4 donde una mayoría de encuestados manifestaba sentirse insatisfecho y no se sentía identificado con el logo.

Según lo observado en los comentarios de los usuarios, no se sienten representados por el logo dado que no transmite nada cultural o arquitectónico que tiene la ciudad de Cajamarca y por otro lado desconocen el significado del nuevo logo de la Municipalidad Provincial de Cajamarca y esta no se interesó en informar a la población el significado de dicha imagen.

Figura 5

Frecuencia de interacción con la Plataforma de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca

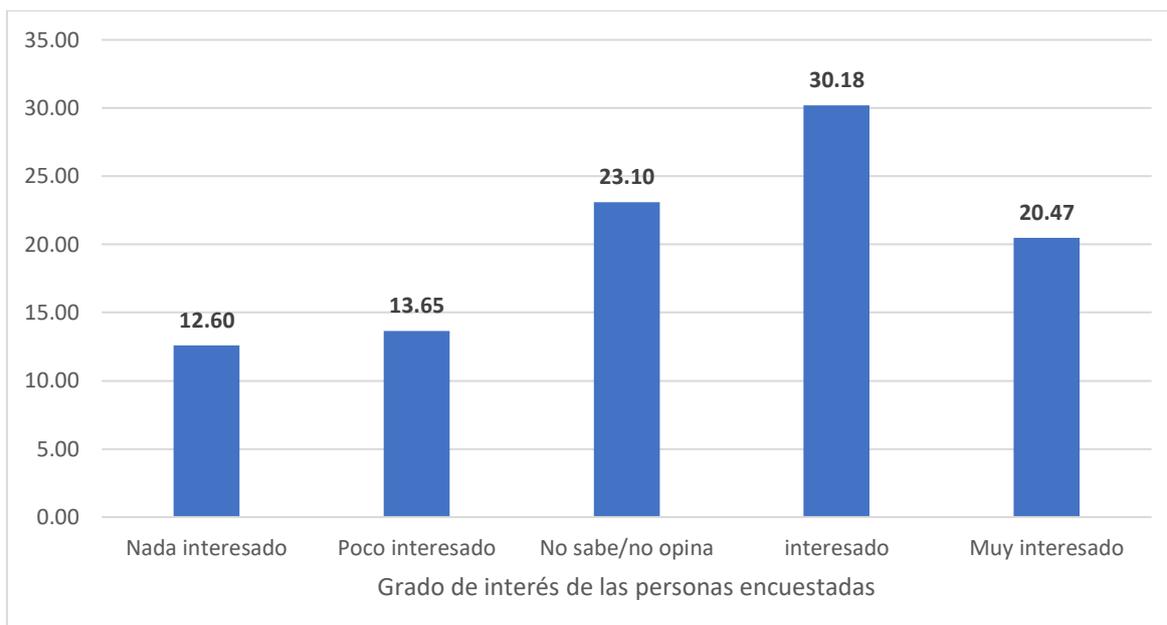


Nota: Se observa en la figura 5, que las personas encuestadas que nunca reaccionan (42.52%), comentan (49.61%) y comparten (50.13%) una publicación, representan un grupo considerable, pese a que siguen a la página de Facebook de la MPC, prefieren solo observar el contenido que reaccionar.

Por otro lado, menos de una tercera parte de los ciudadanos interactúa frecuentemente con la página ya sea para manifestar su aceptación o su desacuerdo con la información brindada. Como se observa la participación ciudadana por parte de los usuarios que siguen la página de la MPC es baja, teniendo el conocimiento que es un derecho público para todos los ciudadanos no se tiene el interés de tener la participación activa por parte de estos, es así que se tiene que implementar nuevos espacios en el mundo digital como es la plataforma de Facebook, para que el ciudadano este informado y se interese por las políticas públicas que se realicen en la sociedad civil.

Figura 6

Interés de los ciudadanos en los asuntos públicos/colectivos de la Provincia de Cajamarca

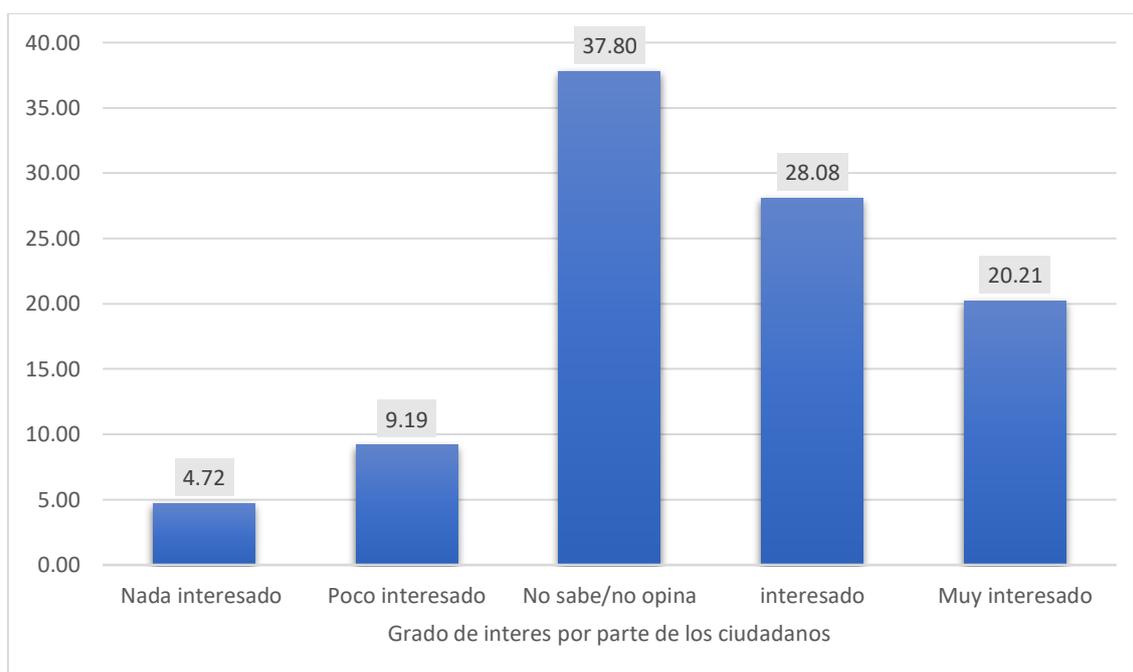


Nota: Según la figura 6, menos de una tercera parte de la población encuestada se muestra interesada en los asuntos públicos/ colectivos de la provincia de Cajamarca (30.18%), seguido de muy interesado (20.47%), esta información se relaciona a los resultados de la tabla 4 donde la mayoría de personas encuestadas manifestó estar informado (33.86 %) y muy informado (45.93 %) de lo que ocurre en su entorno, ya que al estar interesadas en los temas diversos que repercuten a la población en general, buscaran más información para estar permanentemente actualizado de los sucesos que se acontecen.

De esta manera, el hecho de involucrar a los ciudadanos en los procesos de toma de decisiones implica dos aspectos, primero la administración pública debe reconocer la capacidad autónoma de la ciudadanía para plantear y discutir alternativas, así también comprometerse a considerar las propuestas elaboradas. Y segundo, por parte de la ciudadanía esta debe asumir una mayor responsabilidad para lograr su participación en el proceso de toma de decisiones y elaboración de las políticas públicas como tal (Regalado, Celi, Chorres, y Menacho, 2018).

Figura 7

Grado de interés por parte de los ciudadanos por participar en las cuestiones que afectan a los ciudadanos/as de la Provincia de Cajamarca

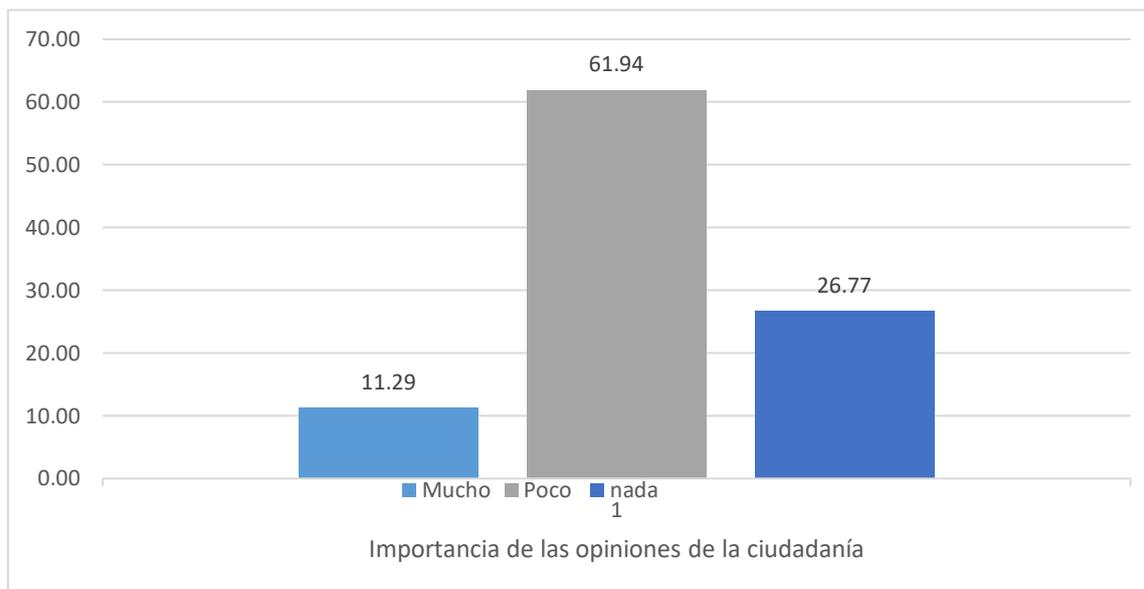


Nota: De acuerdo a la figura 7, existe un mayor porcentaje de personas que prefieren no opinar o no tienen una decisión clara (37.80%) respecto el interés por participar o no, en los asuntos que le competen a los ciudadanos, ello puede corresponder a diversos motivos como por ejemplo falta de información, falta de interés en los asuntos públicos, desconfianza ciudadana ante la gestión, etc., lo que le impide no poder tomar una decisión clara sobre los deberes que le compete como ciudadano y como derecho fundamental que le corresponde.

Sin embargo, se evidencia un porcentaje considerable de personas que están interesadas (28.08%) y muy interesadas (20.21%) en participar en las cuestiones que afectan a los ciudadanos/as de la Provincia de Cajamarca, esto se debe a que la participación ciudadanía expresa también una identidad, un sentimiento de pertenencia a una comunidad, los individuos se sienten identificados con su comunidad y reconocen sus derechos y responsabilidades dentro de la misma. Estos resultados evidencian la necesidad de fortalecer e incentivar la participación ciudadana en la Provincia de Cajamarca, tomando como mecanismo su plataforma virtual de Facebook, de manera constante para así poder fortalecer la participación ciudadana y la gobernabilidad. (JNE , 2013)

Figura 8

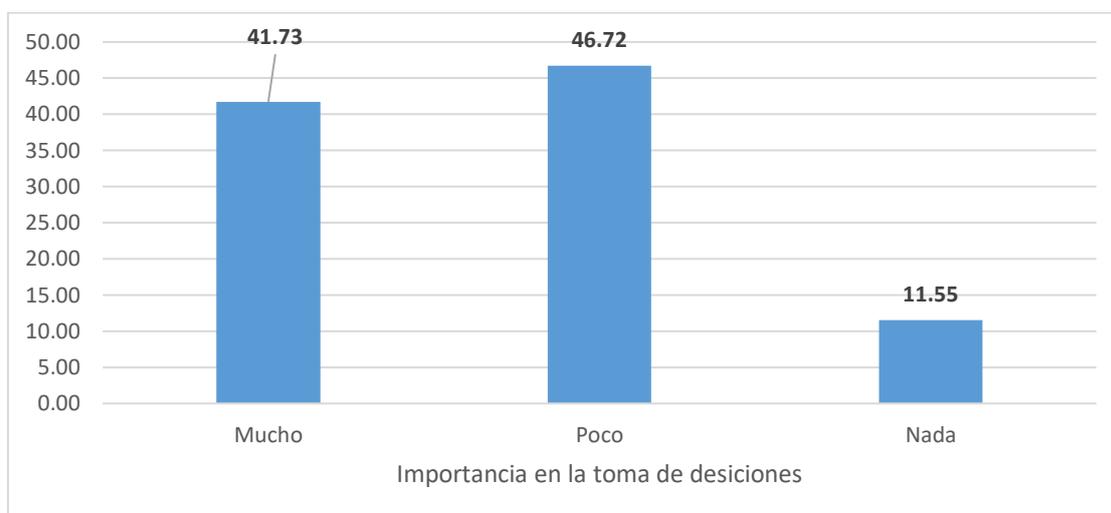
Consideración de las opiniones de la ciudadanía en la página de Facebook de la Municipalidad



Nota: Como se evidencia en la figura 8, la mayoría de personas consideran que sus opiniones en la plataforma virtual de Facebook son poco tomadas en cuenta (61.94%) o nada (26.77%), solo una pequeña parte considera que si se toman en cuenta sus opiniones (11.29%). Los ciudadanos usuarios que siguen la plataforma de Facebook de la MPC tienen la disponibilidad para comentar, reaccionar y compartir la información que publica la plataforma, así también se ve reflejado el disgusto o la disconformidad de los ciudadanos, mediante comentarios o reacciones, ante algunas actividades que realiza el alcalde sin embargo la plataforma solo cumple con informar los hechos mas no se crea un espacio bidireccional donde se de libertad al usuario de poder participar activamente y desarrollar una retroalimentación de la información.

Figura 9

Consideración de importancia de la participación y las opiniones de la gente en la toma de decisiones de la MPC



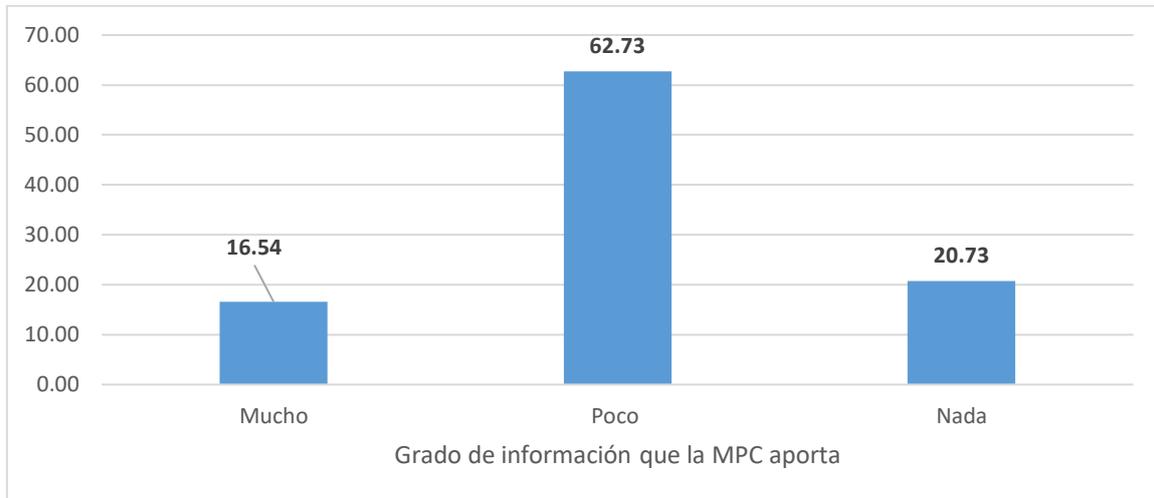
Nota: De acuerdo a la figura 9, un 46.72% de las personas encuestadas consideran que debe influir poco en la toma de decisiones, seguida de mucho con un 41.73%, mientras que un 11.55% considera que no debe influir de ninguna manera en la toma de decisiones. La participación ciudadana es un elemento representativo de acceso a las decisiones políticas del país, sin embargo, estos resultados son el reflejo de lo que se viene trabajando por parte de la gestión de las instituciones públicas, en este caso de la municipalidad de Cajamarca, donde no se genera el espacio necesario y el interés por fomentar la retroalimentación en la ciudadanía.

Pese a que la participación ciudadana en la toma de decisiones es una herramienta de gestión, no está bien cimentada y por ende no es muy eficiente, por el mismo hecho que la ciudadanía no dispone de la información pública que debería informar el Estado. De esta manera para que la ciudadanía se impulse a ser más participativa y tomarla como derecho fundamental y responsabilidad ciudadana, se debe tener acceso a la información que sea veraz y oportuna que no solo le permita al ciudadano informarse, sino que también contribuya a la toma de decisiones y a la mejora de la gestión de los servicios públicos, que en este caso le correspondería la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

En este sentido la importancia descansa en garantizar el real acceso a la información de la ciudadanía para fomentar la igualdad de condiciones en los procesos de toma de decisiones (CEPAL, 2018)

Figura 10

Información que aporta la MPC a través de su página de Facebook sobre cómo participar en las decisiones que afectan a la ciudadanía

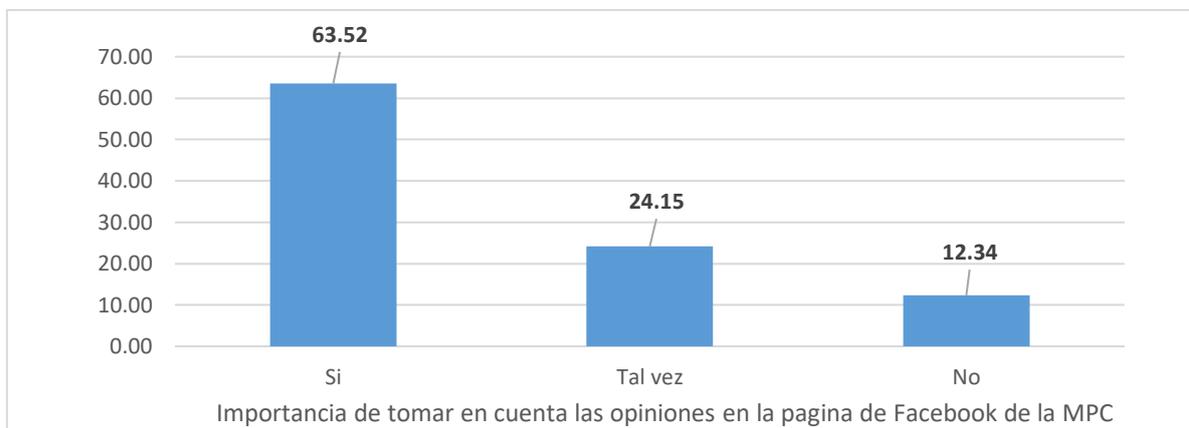


Nota: De acuerdo a la figura 10, la mayoría de las personas consideran que la MPC no informa lo necesario (62.73%) sobre cómo participar en las decisiones que toma la Municipalidad, seguido de los que si creen que informa (16.54%), mientras que un 20.73% considera que no informa nada sobre como promueve participación ciudadana la Municipalidad Provincial de Cajamarca, esto se debe a que su contenido se centra únicamente a publicar información mas no interactúa con la ciudadanía.

Se observa que no existe una comunicación bidireccional por parte de la MPC y sus usuarios. En esta página de Facebook se debe implementar opciones donde le permita a la ciudadanía dar su opinión en temas que sean de su interés.

Figura 11

Importancia de que se tomen en cuenta las opiniones y reacciones sobre diferentes temas, en la página de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, antes de que se concreten las decisiones



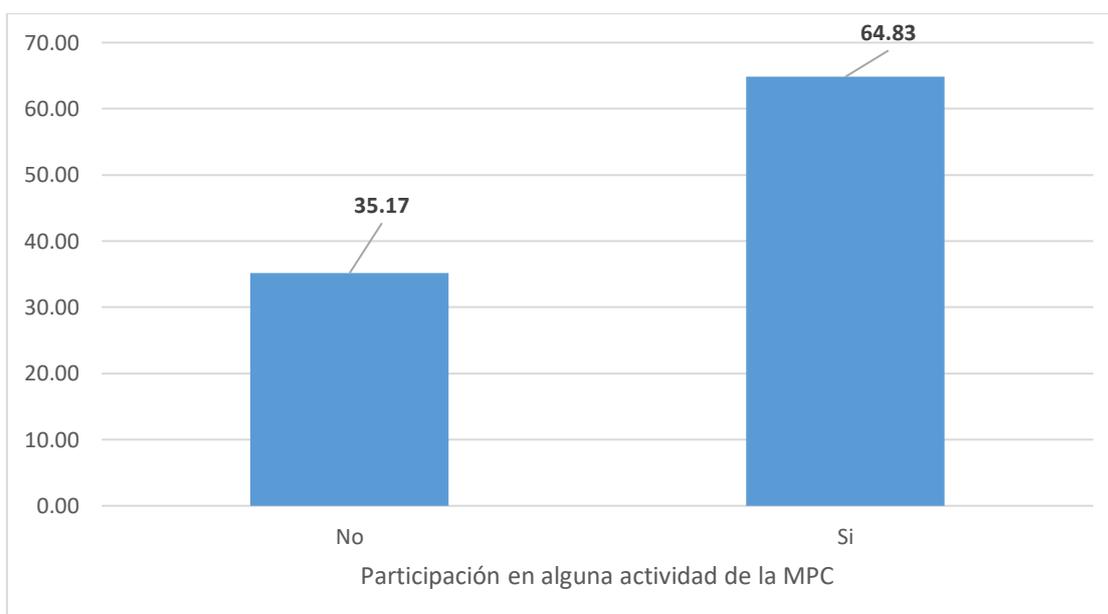
Nota: De acuerdo la figura 11, un 63.52% refiere que si le gustaría que se tomaran en cuenta las opiniones y reacciones antes que las decisiones que tome el Alcalde sean concretadas, seguida de un 24.15% que está en duda mientras que una pequeña parte de la población no está de acuerdo (12.34%) con que se consideren sus opiniones en la toma de decisiones.

La participación ciudadana en la toma de decisiones públicas es un proceso importante para el desarrollo democrático del Estado. No obstante, en nuestra sociedad es una dimensión relativamente nueva para el sistema político peruano, la misma que también es entendida según (López, 2006), como “un proceso de concertación, negociación y vigilancia entre la sociedad y las autoridades democráticamente constituidas.

Más allá de experiencias e iniciativas puntuales, la política peruana se ha caracterizado por la exclusión de la población, por su nula transparencia y por una relación clientelista con la sociedad (López, Kahhat, Gonzáles, Ballón y Azpur, 2006, p.108).

Figura 12

Importancia de participar en alguna actividad encaminada a la participación ciudadana promovida través del Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca



Nota: De acuerdo a la figura 12, un 64.83% de personas encuestadas manifiestan que, si les gustaría participar en alguna actividad encaminada a la participación de la ciudadanía, mientras que un 35.17% de personas mencionan que no les gustaría.

Como se evidencia en la figura, la mayoría de personas manifiesta que desea participar en alguna actividad donde le permita ser escuchado sobre las necesidades de su comunidad, dando oportunidad que el ciudadano haga uso de su derecho de en la toma de decisiones para generar políticas públicas y así permitiendo un tipo de gobierno más horizontal. Antes de esta era digital y el uso que les dan los gobiernos a las redes sociales, existía un mecanismo de participación ciudadana que trabajaba la MPC como son las juntas vecinales, la mesa de concertación, entre otros.

Tabla 9

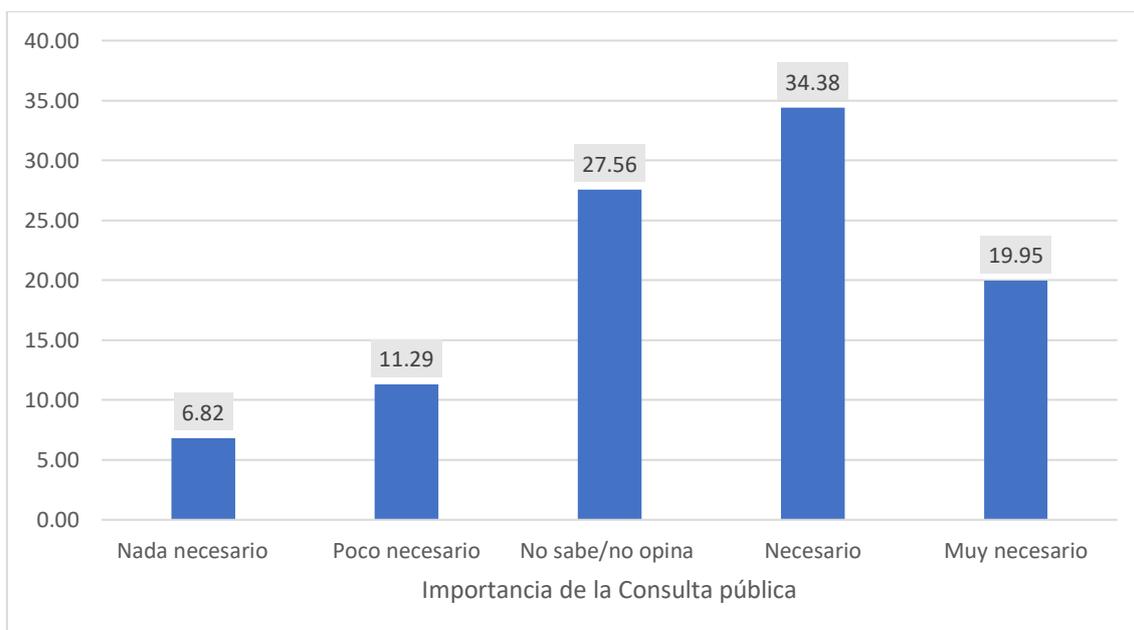
Área más importante para hacer hincapié en el contenido del Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca

	Masculino		Femenino		Total	
	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%
Educación	32	8.40	90	23.62	122	32.02
Infraestructuras, carreteras	19	4.99	43	11.29	62	16.27
Medio ambiente	26	6.82	19	4.99	45	11.81
Servicios sociales	20	5.25	15	3.94	35	9.19
Presupuesto /impuestos	23	6.04	6	1.57	29	7.61
Políticas de empleo	15	3.94	5	1.31	20	5.25
Urbanismo/vivienda	12	3.15	3	0.79	15	3.94
Trafico/ aparcamientos	13	3.41	2	0.52	15	3.94
Salud	7	1.84	7	1.84	14	3.67
Otros	16	4.20	8	2.10	24	6.30
Total	183	48.03	198	51.97	381	100.00

Nota: De acuerdo a la tabla 9, un porcentaje de la población considera que los aspectos más importantes que se debe tomar en cuenta para fomentar la participación ciudadana son; educación (32.02%), infraestructura (16.27%) y carreteras y medio ambiente (11.81%). Mientras que los porcentajes más bajos los presenta Urbanismo/vivienda (3.94%, trafico/aparcamiento (3.94%) y Salud (3.67%).

Figura 13

Importancia de la consulta pública en el Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca para el fomento de la participación ciudadana orientada a la toma de decisiones



Nota: Según la figura 13, los ciudadanos encuestados consideran necesaria (34.38%) y muy necesaria (19.95%) la consulta pública en la plataforma de Facebook de la MPC para fomentar la participación ciudadana. Según la Presidencia del Consejo de Ministros 2021, la Consulta Pública es un mecanismo que le brinda la posibilidad, a cualquier autoridad del gobierno, de recibir información o retroalimentación del ciudadano, esto le permite, a quienes están considerando emitir una intervención, saber si se debe o no ejecutar; así como evaluar los impactos que esta podría generar.

Analizando los resultados de la presente figura, es esencial la consulta pública para promover la participación ciudadana en la plataforma de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, ya que trae muchas ventajas consigo, se brindaría información importante sobre la viabilidad de algunas propuestas, mejoraría el proceso de toma de decisiones, así también se incrementaría la transparencia y se reforzaría la confianza en la gestión de la Municipalidad dar a conocer a la ciudadanía los procesos. (PCM, 2021)

CAPÍTULO VII

CONOCER LA EXISTENCIA DE PLANIFICACIÓN DE USO DE LA PLATAFORMA DIGITAL DE FACEBOOK DESDE UNA PERSPECTIVA SOCIAL POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CAJAMARCA

En el presente capítulo se tomó en cuenta la plataforma digital de Facebook de los siguientes funcionarios de la Municipalidad Provincial de Cajamarca

Tabla 10

Relación de funcionarios de la Municipalidad de Cajamarca

ÁREA	CARGO	NOMBRE
Alcaldía	Alcalde	Víctor Andrés Villar Narro
Comisión de Regidores	Regidor 1	Henry Segundo Alcántara Salazar
Comisión de Regidores	Regidor 2	José Agustín Tanta de la Cruz
Comisión de Regidores	Regidor 4	Olga Yolanda Cueva Cacho
Comisión de Regidores	Regidor 5	Segundo Juan Portal Pizarro
Comisión de Regidores	Regidor 6	Alexander Fernández Rabanal
Comisión de Regidores	Regidor 7	Lidia Herrera Chacón
Comisión de Regidores	Regidor 9	José Alejandro Romero Rojas
Comisión de Regidores	Regidor 10	Raúl Llanos Sánchez
Comisión de Regidores	Regidor 13	Germán Martín Estela Castro
Oficina General de Comunicaciones y Relaciones Institucionales	Director de la Oficina General de Comunicaciones y Relaciones Institucionales	Director(e) Jaime Luis Herrera Atalaya

Oficina General de Comunicaciones y Relaciones Institucionales	Jefe de la Unidad de Imagen Institucional y Protocolo	Sr. Walter Axel Silva Santos
Gerencia de Turismo, Cultura y Centro Histórico	Gerente de Turismo, Cultura y Centro Histórico	Ing. Jaime Alberto Rodrigo Silva Santisteban
Gerencia de Turismo, Cultura y Centro Histórico	Sub Gerente de Turismo	Lic. Edgar Melqui Chuquimango Idrugo
Gerencia de Turismo, Cultura y Centro Histórico	Sub Gerente de Cultura	Prof. Manuel Rodríguez Gutiérrez

Nota: Municipalidad Provincial de Cajamarca⁸

Figura 14

Víctor Andrés Villar Narro



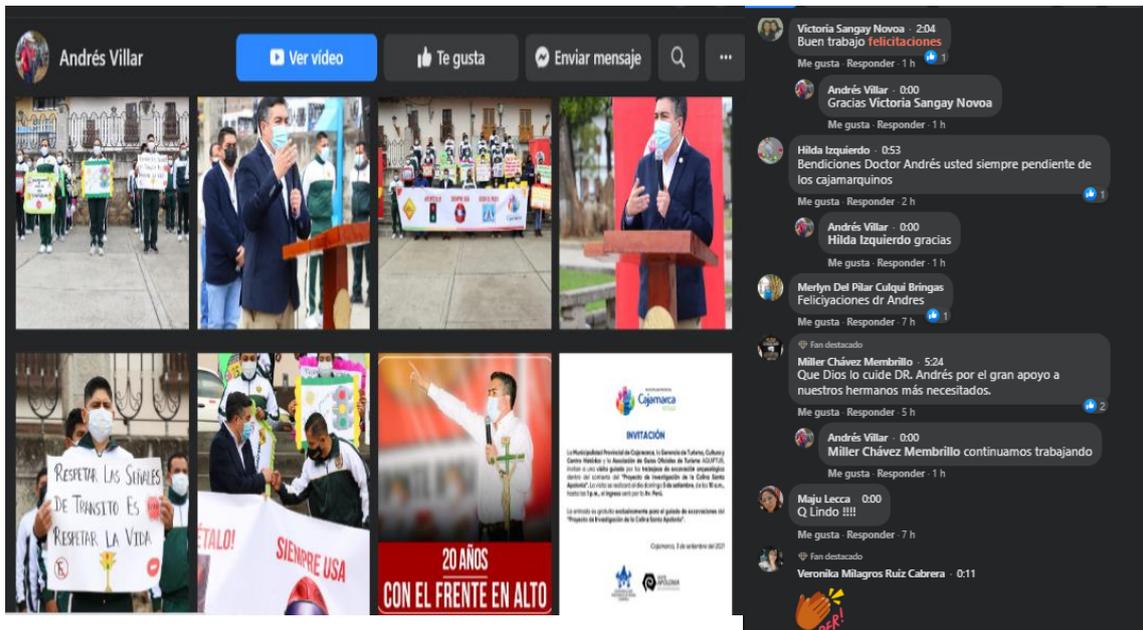
Nota. El alcalde de la Provincia de Cajamarca realiza todos los martes reuniones de manera virtual donde escucha las necesidades de la población. Asimismo, el alcalde maneja dos páginas

⁸ Información disponible en: <https://www.municaj.gob.pe/directorio>

de Facebook, uno que es personal y el otro es Institucional con este último es con él se realizara el presente trabajo ya que en este viene publicando constantemente sus actividades de acuerdo al cargo que ocupa. Todas las actividades que se ven reflejada en esta plataforma virtual de Facebook se basan en una perspectiva social.

Figura 15

Publicaciones del alcalde Víctor Andrés Villar Narro



Nota. Como se verifica en la imagen, son algunos ejemplos de las publicaciones que viene realizando el alcalde Andrés Villar, ya que todas las imágenes subidas a esta cuenta de Facebook son de carácter social y enfocados a informar a la población de las actividades que viene realizando como funcionario.

La cuenta de Facebook del alcalde fue creada con la finalidad de intercambiar información y que permita interactuar entre los usuarios, es así como se observa la interacción de los ciudadanos y el alcalde, donde lee y responde atentamente; es evidente que hay una participación ciudadana. Esta plataforma digital es creada y administrada con una perspectiva social.

Figura 16

Henry Segundo Alcántara Salazar



Nota. Es el primer Regidor de la actual gestión de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, el cual tiene su página de Facebook con el nombre de Henry Alcántara, en esta cuenta se publica todo lo relacionado a los trabajos y gestiones que viene realizando el Alcalde.

Esta cuenta de Facebook está siendo usada, para evidenciar las gestiones que se vienen realizando en la Municipalidad Provincial de Cajamarca y el con el cargo que tiene en esta. Así mismo muestra la interacción y cercanía que pueden tener con los pobladores de Río Grande.

Figura 17

Publicaciones de Henry Segundo Alcántara Salazar



Nota. En esta imagen, se basa en la concientización y sensibilización para que los pobladores se cuiden y puedan cuidar su familia; se puede observar que no tiene interacción con los cibernautas como se da en la página del actual alcalde de Cajamarca.

Figura 18

José Agustín Tanta De La Cruz



Nota. Es el segundo regidor de la actual gestión de la Municipalidad Provincial de Cajamarca,

dicho regidor cuenta con un Facebook personal, el cual le permite la publicación de su interés y no solo de las gestiones de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

Esta cuenta de Facebook es personal por lo que podemos observar comparte diversas informaciones en general no solo de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

Figura 19

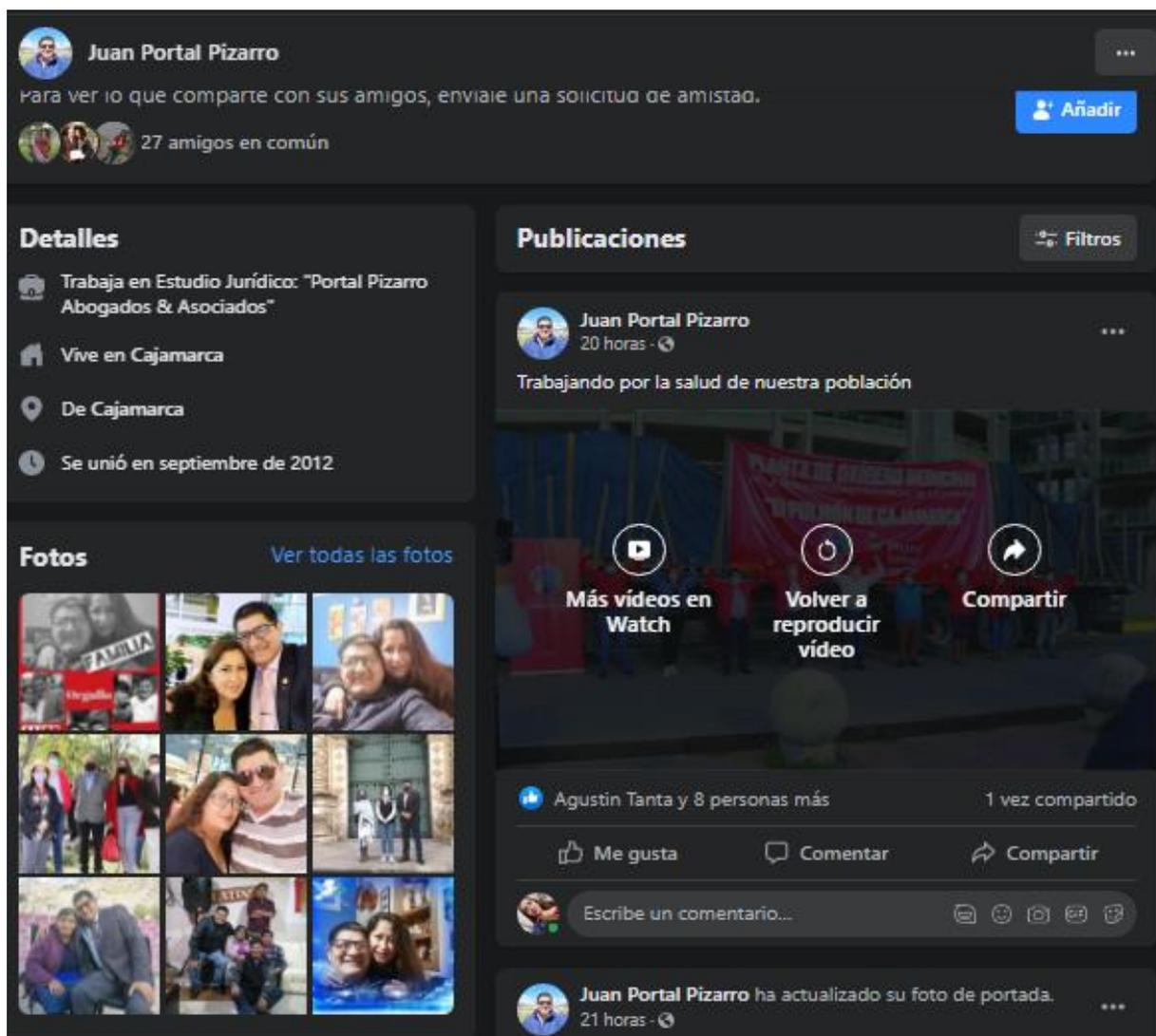
Olga Yolanda Cueva Cacho



Nota. Es la cuarta regidora de la actual gestión de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, dicha regidora cuenta con un Facebook personal. Este Facebook es personal por lo que se puede observar comparte diversas informaciones en general no solo de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

Figura 20

Segundo Juan Portal Pizarro

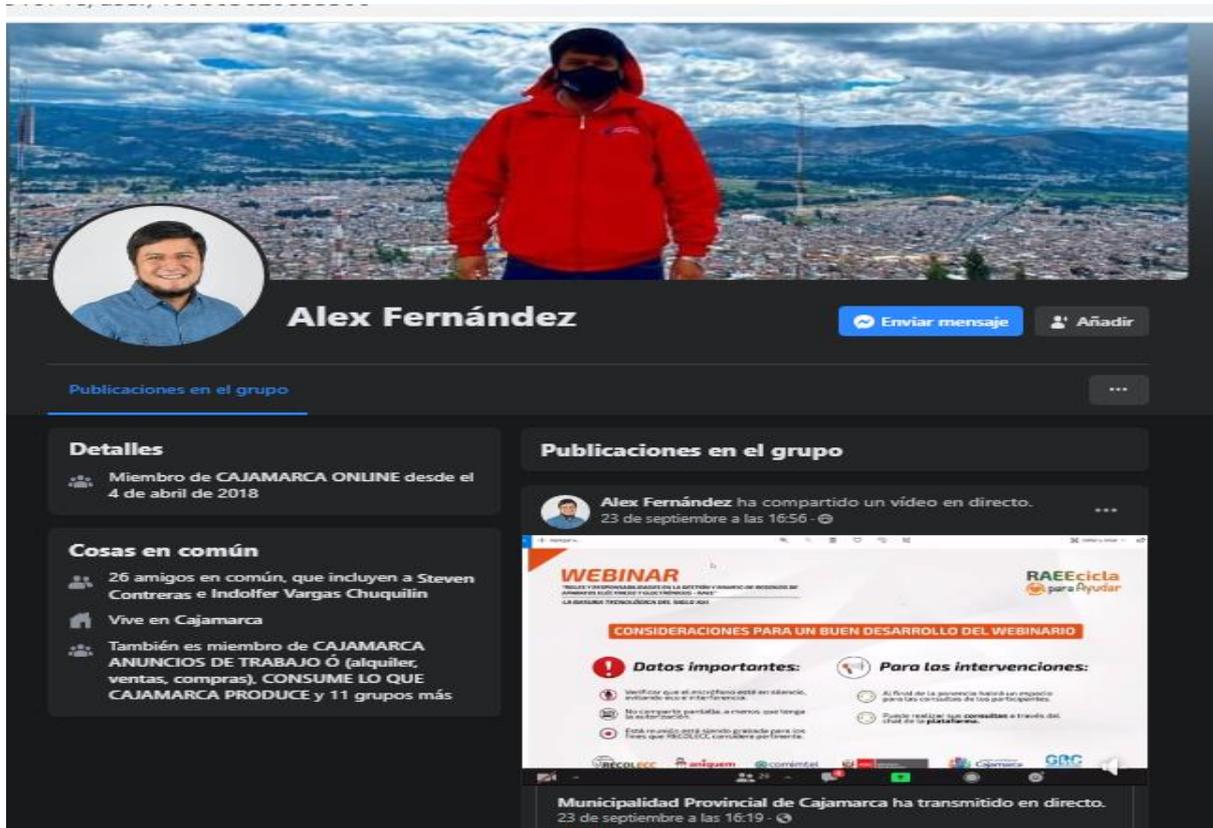


Nota. Es el quinto regidor de la actual gestión de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, dicho regidor cuenta con un Facebook personal.

Este Facebook es personal por lo que podemos observar comparte diversas informaciones en general no solo de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

Figura 21

Alexander Fernández Rabanal



Nota. Es el sexto regidor de la actual gestión de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, dicho regidor cuenta con un Facebook personal.

Esta cuenta de Facebook fue creada para compartir las gestiones que viene realizando la Municipalidad Provincial de Cajamarca, se observa que las publicaciones hechas en este Facebook son solo en relación a la Municipalidad.

Figura 22

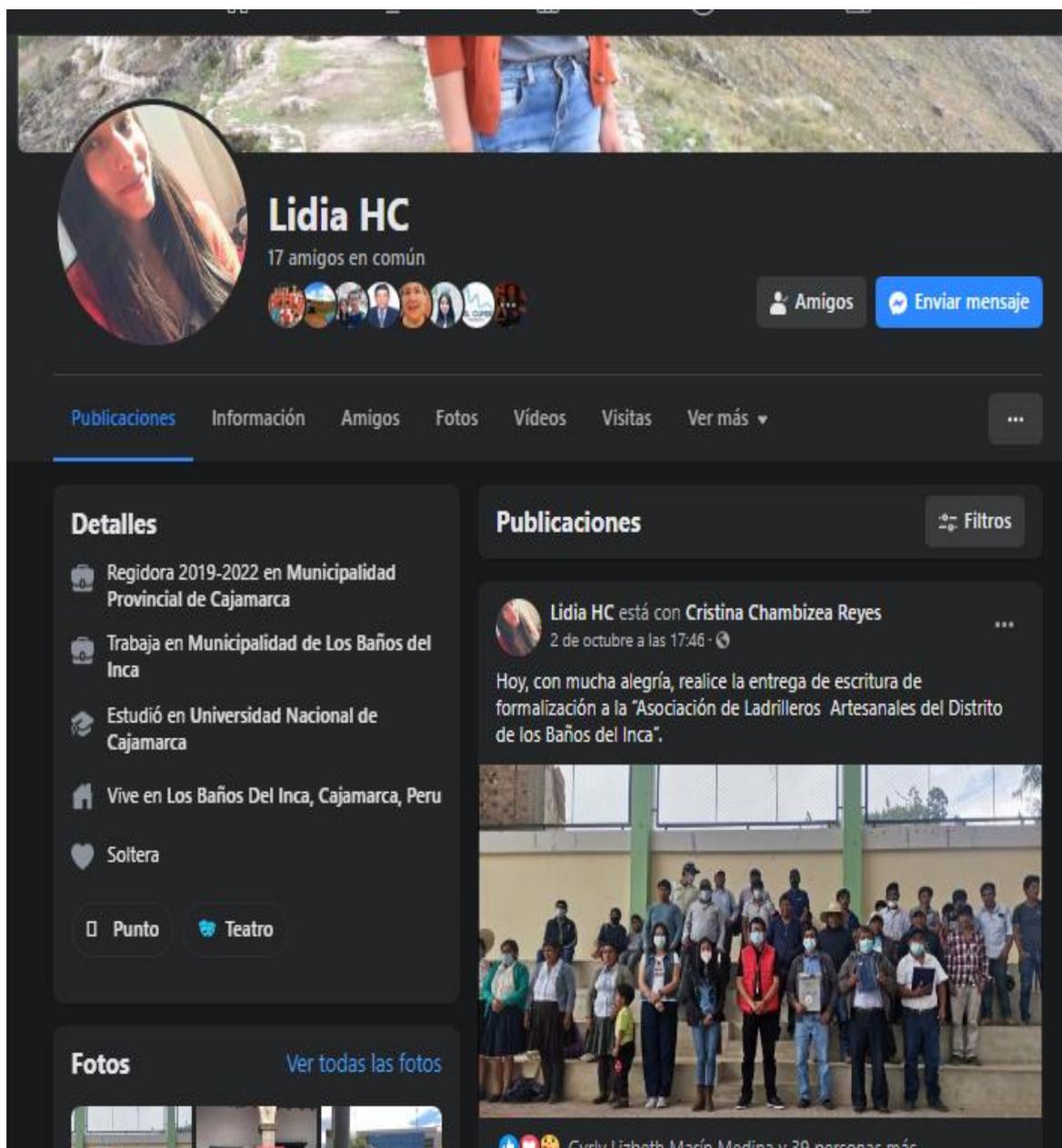
Publicaciones de Alexander Fernández Rabanal



Nota. Esta figura es una de las muchas publicaciones que se dan en esta cuenta de Facebook, donde realizaron capacitaciones gratuitas a los pertenecientes al JASS en el tiempo de pandemia, si bien es cierto permite informar a la población de las gestiones y actividades que viene realizando la Municipalidad, pero no se observa una interacción y tampoco participación por parte de la ciudadanía.

Figura 23

Lidia Herrera Chacón



Nota. Es la séptima regidora de la actual gestión de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, dicho regidor cuenta con un Facebook personal.

Esta cuenta de Facebook es personal, pero se observa más publicaciones basadas en las gestiones y trabajos que viene realizando con la Municipalidad Provincial de Cajamarca. Como es en este caso la entrega de escritura de formalización a los ladrilleros Artesanales abriéndoles las puertas a realizar un trabajo formal.

Figura 24

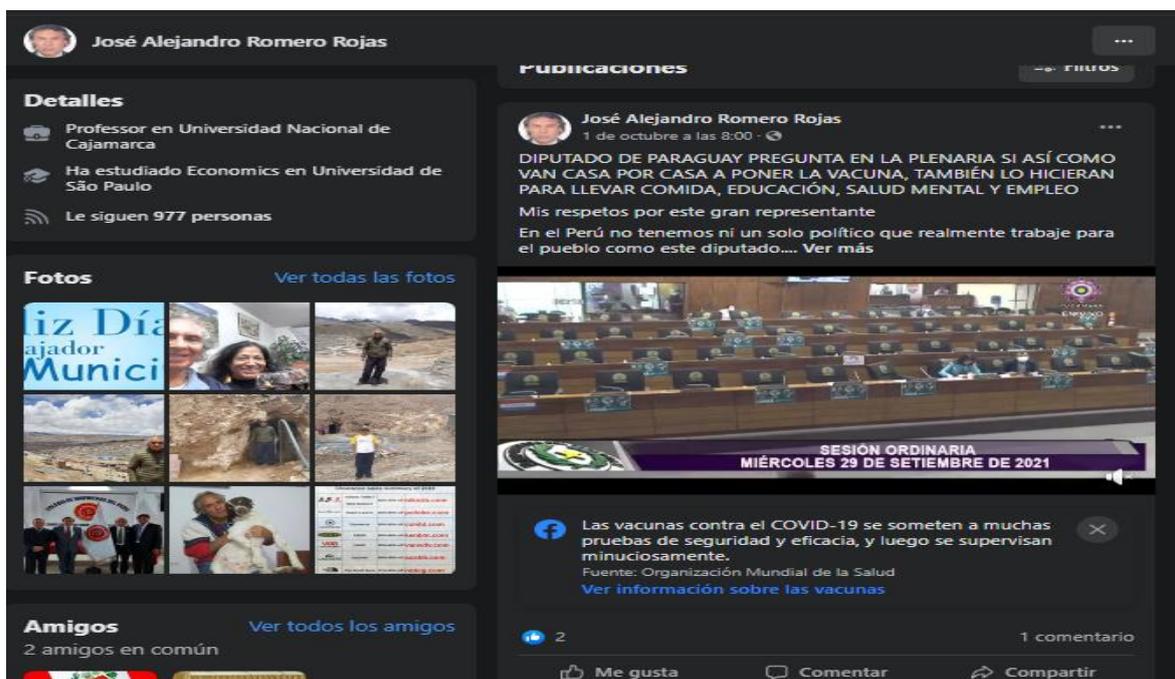
Publicaciones de Lidia Herrera Chacón



Nota. En esta publicación se observa la conferencia que realizo para el lanzamiento de La Primera Elección de integrantes del Consejo Directivo Provincial de la Juventud dando inicio a la participación activa de la juventud e involucrarse, además que esta publicación observamos la interacción y participación de los ciudadanos.

Figura 25

José Alejandro Romero Rojas



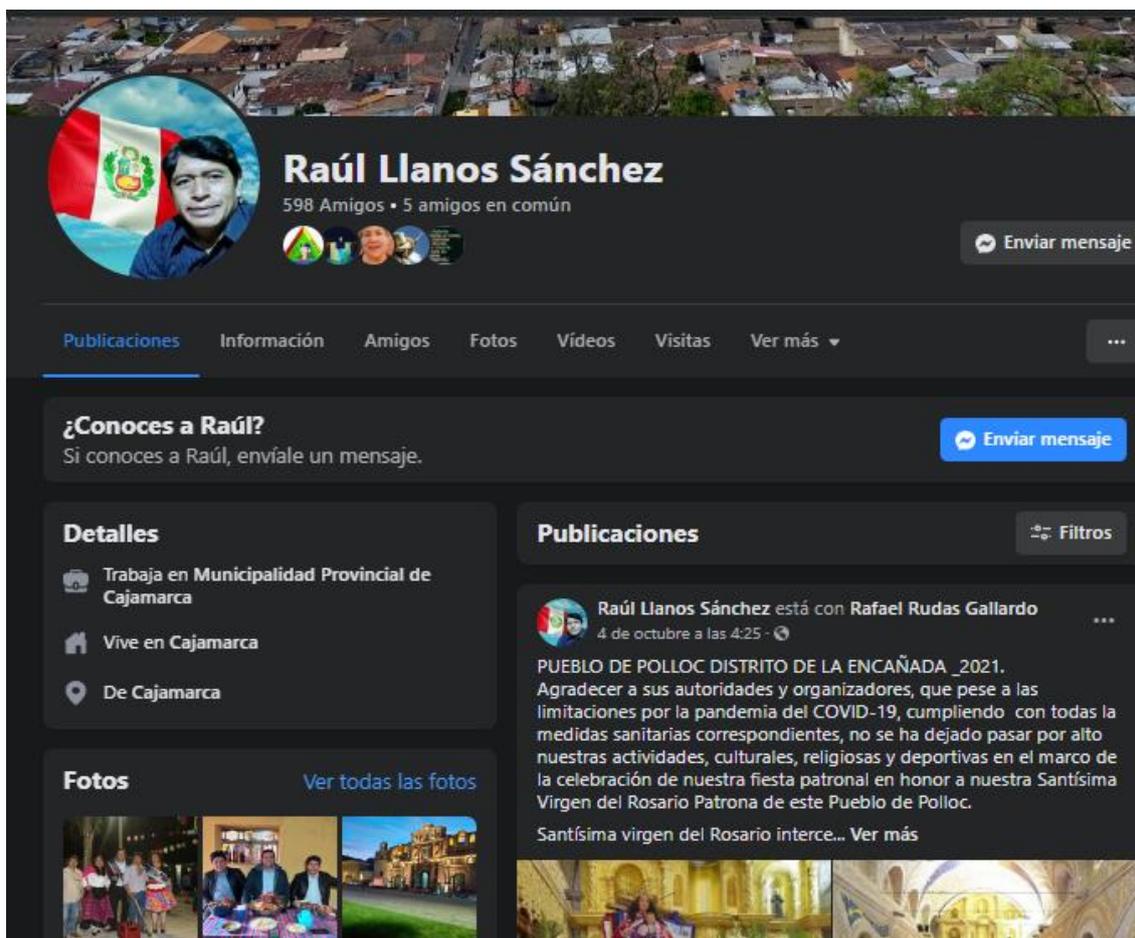
Nota. Es el noveno regidor de la actual gestión de la Municipalidad Provincial de Cajamarca,

dicho regidor cuenta con un Facebook personal.

En esta cuenta de Facebook se observa que las publicaciones son basadas en gustos y preferencias personales y poco en las gestiones de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

Figura 26

Raúl Llanos Sánchez



Nota. Es el décimo regidor de la actual gestión de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, dicho regidor cuenta con un Facebook personal.

En esta cuenta de Facebook se observa que las publicaciones son basadas a las actividades que el viene realizando, mas no a las gestiones de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

Figura 27

Germán Martín Estela Castro



Nota. Es el treceavo regidor de la actual gestión de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, dicho regidor cuenta con un Facebook personal.

En esta cuenta de Facebook se observa que las publicaciones son basadas a las actividades que él viene realizando, mas no a las gestiones de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

Figura 28

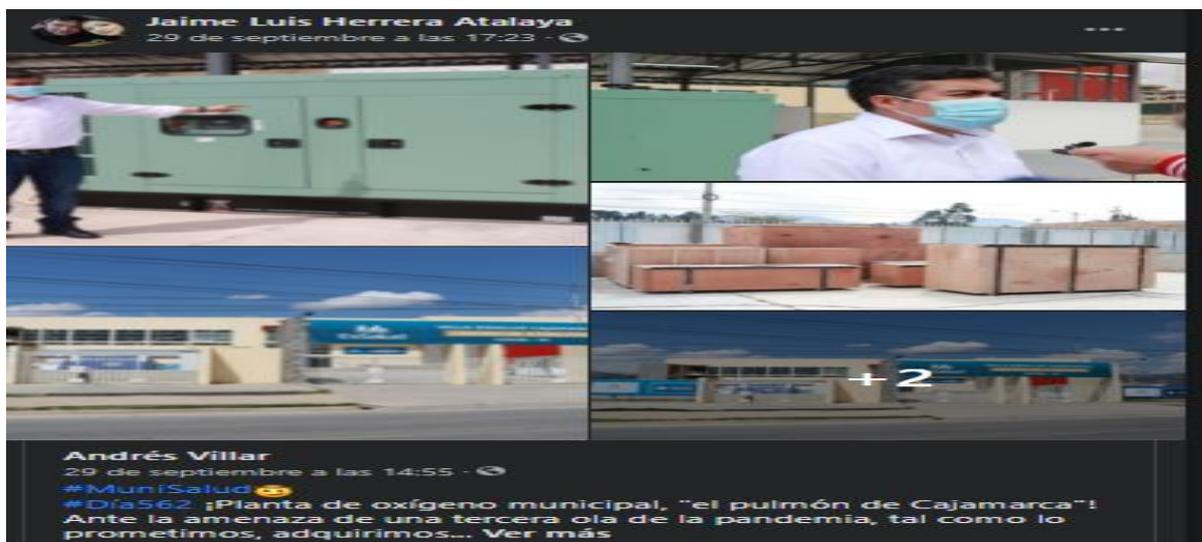
Jaime Luis Herrera Atalaya



Nota. Es el actual director de la Oficina General de Comunicaciones y Relaciones Institucionales. En esta cuenta de Facebook se observa que las publicaciones son de índole personal y a la vez las gestiones de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

Figura 29

Publicaciones de Jaime Luis Herrera Atalaya



Nota. Como muestra la figura, fue una gran noticia y ayuda para muchos de los cajamarquinos una planta de oxígeno para salvar la vida de los ciudadanos, con esta publicación verificamos que, si se hacen publicaciones de las gestiones de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, pero no se observa interacción con el resto de usuarios.

Figura 30

Walter Axel Silva Santos



Nota. Es el jefe de la Unidad de Imagen Institucional y Protocolo de la actual gestión de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, dicho regidor cuenta con un Facebook personal.

En este perfil de Facebook se observa que las publicaciones son basadas su interés personal y poco en las gestiones de la Municipalidad Provincial de Cajamarca. Lamentablemente existe poca identidad por parte de este regidor con su cargo que ejerce en la MPC.

Figura 31

Jaime Alberto Rodrigo Silva Santisteban



Nota. Es el Gerente de Turismo, Cultura y Centro Histórico de la actual gestión de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, dicho regidor cuenta con un Facebook personal.

En esta imagen, se observa que se está realizando una conferencia de prensa para informar a la población del Lanzamiento del Primer Festival del Pan Cajamarquino donde permitirá el reconocimiento de estos y la atracción al turismo, así como esta publicación se realizan basadas en las gestiones de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, pero no se observa interacción con el resto de usuarios.

Figura 32

Edgar Melqui Chuquimango Idrugo



Nota. Es el Sub Gerente de Turismo de la actual gestión de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, dicho regidor cuenta con un Facebook personal.

Según la figura, se observa que es el inicio de un proyecto que beneficiara con electrificación para la población de Porcón - La Esperanza, si busca informar a la población de los trabajos realizados por parte de la MPC, pero no se observa interacción con el resto de usuarios.

Figura 33

Manuel Rodríguez Gutiérrez



Nota. Es el Sub Gerente de Cultura de la actual gestión de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, dicho regidor cuenta con un Facebook personal.

Según la figura, el funcionario busca incentivar a la población al cuidado del patrimonio histórico cultural realizando la campaña de sensibilidad para que la población conozca sobre las infracciones. Se verifica que, si se realiza las publicaciones de las gestiones de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, pero no se observa interacción con el resto de usuarios.

Tabla 11*Apreciación de la información que comparten los funcionarios de la MPC*

Funcionarios de la Municipalidad	n°	%
Provincial de Cajamarca		
Comparten información	6	40.00
Comparten Información e interactúa	2	13.33
No comparte información y no interactúa	7	46.67
Total	15	100

Nota: En la tabla 11, como se observó anteriormente en todo este capítulo se analizó 15 perfiles de Facebook de los funcionarios de la MPC, de los cuales 8 de estos trabajadores comparten constantemente las gestiones que vienen de realizando la Municipalidades, de estos solo 2 tienen interacción con los cibernautas, donde permite que exista la participación ciudadana, por otro lado tenemos 7 funcionarios los cuales tienen poca identidad con la Municipalidad Provincial de Cajamarca y más aun con la población ya que la mayoría de ellos son regidores los cuales no se interesan por informar al ciudadano de los trabajos que se viene realizando en la municipalidad, y sus cuentas de Facebook son personales utilizándolas como cualquier otro ciudadano.

Es necesario que por parte de los funcionarios también se generen espacios de participación ciudadana, que el pueblo sea atendido no solo por parte del alcalde sino también por parte de los funcionarios, la falta de identidad por parte de alguno de ellos y la poca interacción con los usuarios es una brecha que se tiene que eliminar para dar paso a este nuevo mundo donde las plataformas digitales como es el Facebook permitan un gobierno de la mano con el pueblo.

Basado en este análisis que se realizó a las cuentas de los principales funcionarios se afirma que no existe ninguna planificación de uso de esta plataforma virtual hacia una perspectiva social en base a los cargos que tienen en la Municipalidad Provincial de Cajamarca. La plataforma virtual de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca y las que pertenecen a cada funcionario pueden llegar hacer un espacio donde permita que se genere la Democracia Digital, es decir que el ciudadano no solo se mantenga informado de las gestiones de los funcionarios y autoridades además que pueda interactuar con ellos.

CAPÍTULO VIII

PROPUESTA DE LA CONSULTA PUBLICA DIGITAL PARA FOMENTAR LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA, EN LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CAJAMARCA

En el presente capítulo se brindará una propuesta de la consulta pública digital que se pueda manejar desde la página de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, donde va a permitir que exista un flujo de comunicaciones entre la población cajamarquina y sus autoridades; lo que significa un interés por parte de la Municipalidad por conocer las propuestas de su comunidad. Esto le permite saber si debe ejecutar o evaluar los impactos que puede generar algún proyecto que esta por ser aprobado.

8.1. Consulta pública desde la plataforma virtual de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca

Esta es la etapa donde se debe realizar la Consulta Pública ante la ciudadanía se debe asegurarse que el contenido de la publicación de la Consulta esté redactado en un lenguaje sencillo y claro, con la finalidad que la mayoría de usuarios estén interesados comprendan fácilmente el sentido de la misma. Esto, asegura que la Municipalidad Provincial de Cajamarca reciba las respuestas realmente claras y precisas para los temas que necesitan.

Las notificaciones que hará llegar la página de Facebook a los seguidores sobre el proceso de Consulta Pública son fundamental para facilitar la participación ciudadana en la misma. Por ello, se debe lograr difundir este proceso con la mayor efectividad posible. Esto último quiere decir llegar a la máxima cantidad de usuarios,

Lo que se busca por medio de esta consulta pública es que sea sencilla y accesible para cualquier usuario que pueda emitir su opinión y este sea tomado en cuenta desde su perspectiva ciudadana. Así que se realizará por medio de una opción que te da esta misma plataforma digital de Facebook, estas propuestas deben salir directamente de la plataforma de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, lo que se explicará a continuación tomando en cuenta un ejemplo claro de un problema que tiene la zona urbana de Cajamarca:

Un problema que actualmente aqueja a la población es el congestionamiento que ocasionan la circulación de los mototaxis, ante esta situación las autoridades de las áreas encargadas evaluarán las posibles propuestas para solucionar esta problemática las cuales se comunicará a la población a través de la plataforma digital de Facebook de la siguiente manera:

- a) Abre Facebook y haz clic en «Qué tienes en mente» si estás en un perfil, o en «Escribir algo» si estás publicando en una página.
- b) Selecciona el icono «Encuestas» para crear una encuesta.
- c) Escribe la pregunta en el cuadro de estado donde dice «Haz una pregunta» y completa las dos opciones a elegir. No hay un límite en cuanto al tiempo que puede durar tu encuesta y para cada opción a elegir tendrás un límite de 25 caracteres.
- d) Sube tus propias imágenes o elige entre los miles de GIF disponibles para añadir un componente visual a la encuesta.
- e) Establece cuándo deseas que caduque tu encuesta: puede ser un día, una semana o un plazo personalizado.
- f) Publica tu encuesta y espera a que lleguen los votos.
- g) Tanto tú como creador de la encuesta como la gente que participó en ella, podéis ver qué votaron los demás.

Luego de publicada la encuesta se dará un plazo determinado para que los usuarios respondan de acuerdo a su criterio, finalizado el plazo se procesará la información para evaluar las opiniones de la ciudadanía y tenerlo en cuenta al tomar las acciones a ejecutar, es así como se aplicaría la consulta pública digital y esto permitiría una mayor aceptación de gobierno e identidad por parte de la ciudadanía.

Esta propuesta busca una participación más activa de la población y de una manera sencilla para esta, así mismo no genera gastos económicos por parte de la Municipalidad Provincial de Cajamarca ya que todo será realizado de manera virtual.

Figura 37

Simulación de un Consulta Publica Digital desde la Plataforma Digital de Facebook de la MPC



Municipalidad Provincial de Cajamarca

ENCUESTA MPC
¿En cuál de las siguientes vías, considera que necesita un mejoramiento de pavimento con mayor prioridad?

Av. La Paz

Av. Independencia

Vía de Evitamiento Sur

83 1.547 votos 455 comentarios 53 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

Nota: En la presente imagen se observa una simulación de una consulta pública sobre una problemática que afecta a la ciudadanía de una manera sencilla y precisa para que los usuarios puedan de acceder a la encuesta y al mismo tiempo la Municipalidad Provincial de Cajamarca pueda obtener la opinión de la ciudadanía y en base a esta realizar las gestiones correspondientes.

CAPÍTULO IX

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Según, Gelpi (2018), en su tesis denominada: “Política 2.0: las redes sociales (Facebook y twitter) como instrumento de comunicación política. estudio: caso Uruguay”, sostiene que las redes sociales han tenido un impacto importante en la participación ciudadana que se observó en las elecciones presidenciales, por lo que de la misma manera se observa en la red social de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, por este medio los usuarios están en constante participación en cada gestión que realiza la MPC; es así que la red social brinda esta facilidad para que exista una participación ciudadana más activa.

Veléz, (2019), en su tesis denominada: “Participación ciudadana a través de las redes sociales y su influencia en los espacios digitales en la Parroquia San Camilo, Cantón Quevedo”, realizada en la Universidad Técnica de Babahoyo Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación; también sostiene que las redes sociales influye de gran manera en la participación ciudadana, ya que permite que las personas se expresen de manera libre y democráticamente en cualquier tema de su interés como lo vemos que se da en la red social de Facebook en especial donde se centra este estudio de investigación que es la de la MCP, ha permitido que los usuarios se expresen libremente en bases a las gestiones que se realizan mostrando su aceptación o rechazo de estas.

Ymaña (2015), en su tesis denominada: “Redes Sociales y Participación Ciudadana”, realizada en la Universidad San Martín de Porres de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología, se centra ya específicamente en la red social de Facebook, que sea usada como una herramienta para que de lugar a una cultura democrática, basado en la participación ciudadana lo cual tiene relación con el presente estudio y va en la misma línea de interés, donde hablamos de Facebook como una herramienta si bien es cierto aun no se da en su plenitud pero ya las personas han empezado a interactuar en la página de Facebook de la MPC, se ha empezado a dar la participación ciudadana y va a dar lugar a una cultura democrática como lo sostiene Ymaña.

Para Rodríguez (2021), en su tesis denominada: “Valoración de los contenidos digitales

en Facebook de la Municipalidad de Chepén y su relación con la participación ciudadana, 2021”, realizada en la Universidad Privada Antenor Orrego, de la facultad de Ciencias de la Comunicación, concluye que existe una relación directa y significativa entre la valoración de los contenidos digitales en Facebook y la participación ciudadana, es decir que el contenido que se pueda emitir desde la pagina de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca sea de manera clara y precisa donde permita a los usuarios informarse, dar su opinión y tener aceptación o no por parte de estos. Se comparte esta conclusión por que es muy importante el tipo de información que se emite.

Cada uno de los antecedentes mencionados anteriormente permite complementar la presente investigación, cada conclusión que existe en las investigaciones van en el mismo sentido del presente estudio. No se refuta ninguna de sus conclusiones ya que la investigación realizada los reafirma.

La presente investigación, busca que la red social de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca sea usada como una herramienta para fortalecer la participación ciudadana, así como los antecedentes de esta investigación lo mencionan que tanto las redes sociales y en especial Facebook permitirá que los gobiernos están mas cerca del pueblo y se pueda dar un gobierno democrático que a lo largo de la historia, la población siempre busca sentirse identificados por sus gobernantes.

En función a la hipótesis general: La utilización de la Nueva Plataforma digital de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca genera un impacto negativo en la participación ciudadana en el proceso de sistematización de la Consulta Publica Digital 2019, de acuerdo al estudio realizado solo está informando mas no interactuando, ya que se evidencia que la página cuenta con 94 000 seguidores los cuales representan un 26.97% de la población total de la Provincia de Cajamarca (INEI, 2018), lo cual significa que una parte importante de la ciudadanía sigue la página de Facebook, es decir busca estar informado de lo que se viene dando pero no es tomada en cuenta su opinión.

Según los resultados obtenidos en la presente investigación, se puede evidenciar que en el uso de la red social de Facebook existe una mayor participación por parte de las mujeres en el estudio (51.97%), asimismo las personas de 50 años a más, representa el porcentaje menor (12.60%) esto debido a que las personas de este grupo etario crecieron en una época donde el uso de internet y redes era escaso y por ende no era accesible dicha información, pero en la actualidad todas las generaciones se han ido adaptando a la nueva era digital.

Por otro lado, menos de la mitad de los encuestados (45.93%) manifiesta estar muy informados de lo que ocurre en su entorno, esto demuestra que a los usuarios si les interesa estar informados, sin embargo, no a todos les interesa los mismos temas, como ya se había mencionado en anteriores capítulos, los gustos y preferencias de contenido digital, también dependerá de las diferentes edades y el género de los usuarios. En la Teoría de Comportamiento Colectivo sostiene que para que exista una Democracia Digital, genera espacios de dialogo e interactividad social, que buscan de manera directa generar cambios sustanciales, este nuevo panorama de gobierno Digital, establece el comportamiento ciudadano, sobre todo con los usuarios que permanecen activos en las plataformas digitales, creando espacios de dialogo, interactuando (reaccionando, compartiendo y comentando) contenido. Es decir, que la población si está participando, pero el punto de quiebre viene por parte de la Municipalidad Provincial de Cajamarca que no presta la importancia necesaria en las interacciones que dan los usuarios.

Realizando la acción de interactuar por parte de los usuarios que siguen la página de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca según la teoría de acción representa el interés de este por formar parte de la comunidad cajamarquina y por ende estar informado de las gestiones que se dan para el bien común.

Asociado al tema, los patrones sociales en este campo digital se van acentuando con los diferentes comportamientos y actividades que los usuarios van adoptando, que en este caso es la red social de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, donde sobresalen los aspectos más resaltantes que los internautas manifiestan, ya sea en la preferencia de un tema, un comentario, una reacción o compartir información.

Una muestra de ellos, son los temas que los usuarios seguidores de la página de Facebook prefieren; Cultura (18.11 %), Política (16.01 %), seguridad (14.70 %) y Economía (13.91 %), estos datos son relevantes ya que agrupados representan un 62.73 % y se considera como los temas que más consultan los seguidores en la red social Facebook.

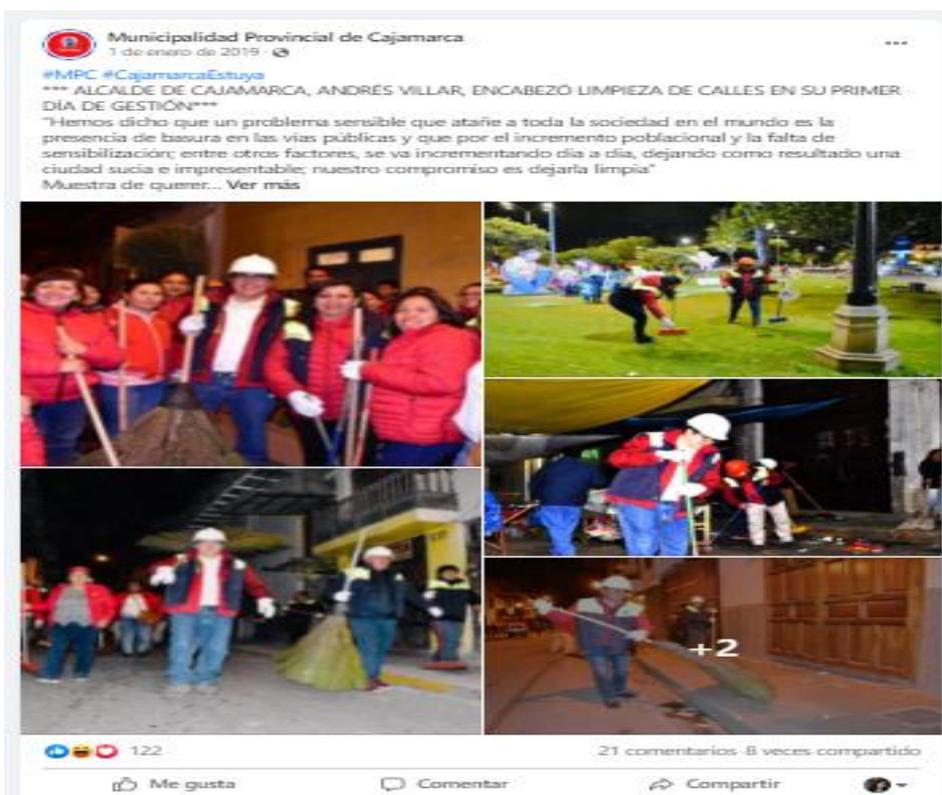
Otro de los aspectos importantes es la interacción que los seguidores tienen con el contenido de la página, las personas encuestadas que nunca reaccionan (42.52%), no comentan (49.61%) y no comparten (50.13%) una publicación, representan un grupo considerable, pese a que siguen a la página de Facebook de la MPC.

Este resultado es desalentador, sin embargo, existe una minoría de usuarios, menos de la tercera parte de la población encuestada que si interactúa con el contenido de la página, asimismo, para un grupo de los internautas no es suficiente los espacios virtuales de participación ciudadana, uno de los motivos, puede ser que los usuarios consideran que son temas de interés.

Según la Teoría de Ciudadanía y Desarrollo Humano que respalda nuestra tesis menciona acerca de la generación de una ciudadanía más autónoma y crítica, una ciudadanía vinculada a nuevos espacios públicos de participación, conflicto y diálogo. Estos nuevos espacios públicos originan el concepto “opinión pública” que constituye un elemento definitorio esencial de las características del Estado democrático. La existencia de una opinión pública libre y las condiciones en las que esta se conforma y se manifiesta son un test de la calidad democrática de un Estado. es decir, los usuarios que siguen esta página de Facebook de la Municipalidad representa una parte de la ciudadanía cajamarquina con un espacio público (Facebook) donde pueden transmitir su opinión crítica y autónoma donde muchas veces va ver usuarios que no comparten su punto de vista y generen un espacio de dialogo donde ambas partes exponen sus ideales.

Figura 34

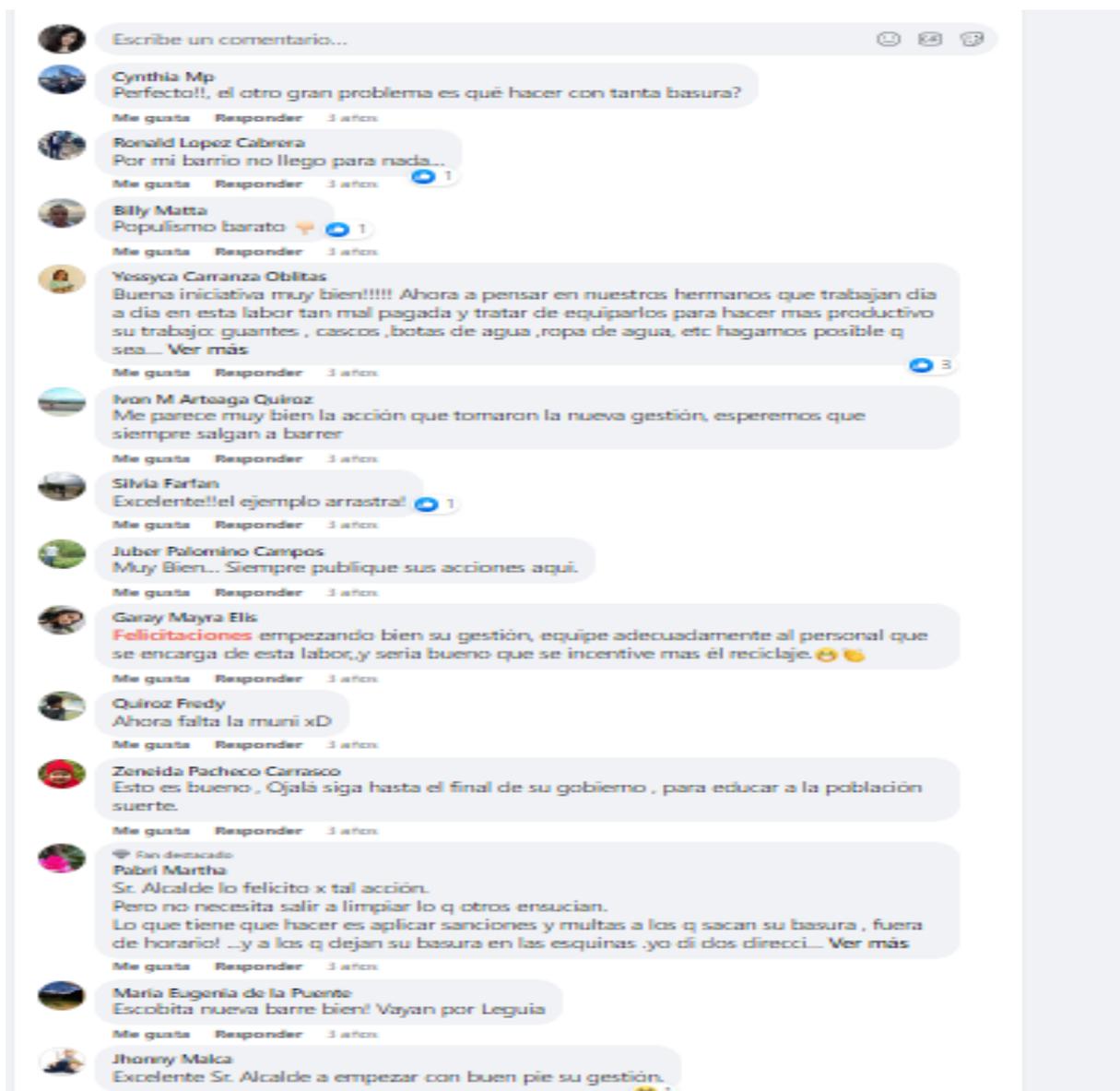
Publicación de la página de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.



Nota. Como se observa, en los primeros días de gobierno del alcalde, hubo notoria aceptación de parte de los usuarios seguidores de la página, con interacción positiva hacia la actividad que estaba realizando.

Figura 35

Comentarios de la publicación de la página de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.



Nota. Comentarios de la primera publicación de la página oficial de Facebook de la MPC desde la gestión de Andrés Villar.

Figura 36

Primera publicación de la página de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.



Nota. Primera publicación desde la creación de la plataforma virtual de Facebook de la Municipalidad En el segundo año de gobierno del ex Ramiro Alejandro Bardales Vigo (2012). Esta imagen evidencia ausencia de interacción por parte de los usuarios ciudadanos seguidores de la página en las primeras publicaciones de la cuenta de Facebook.

Haciendo una comparación en el tiempo, hay un notorio e importante avance de la era digital por parte de los ciudadanos (as) al inmiscuirse más en el uso de internet y redes sociales, en la actualidad existe más presencia de interacción por ende de participación ciudadana por parte de los ciudadanos (as) en las últimas publicaciones del actual alcalde, a comparación de las primeras publicaciones desde la creación de la página de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

Desde la perspectiva Social por parte de los funcionarios de la Municipalidad Provincial De Cajamarca y de acuerdo al análisis realizado al perfil de Facebook de cada uno de ellos, se determinó que existe un 46.67% de ellos (as) que no muestran una perspectiva social positiva en sus perfiles ya que las publicaciones que vienen realizando no lo hacen como funcionarios sino como personas naturales, también tenemos un 13.33% de los funcionarios que si tienen una perspectiva social positiva la cual se verificó al observar las publicaciones de las actividades que vienen realizando junto a la MPC y del mismo modo interactuando con los usuarios que comentan en sus cuentas. Para concluir tenemos un 40.00 % en cual está en proceso, es decir este grupo de funcionarios comparte las actividades que realizan con la municipalidad, pero no interactúa con la ciudadanía.

Los resultados de la investigación dan pie a afirmar que la participación ciudadana en el uso de la red social de Facebook de la MPC está en proceso ya que la Consulta pública digital es la que permite fomentar la participación ciudadana en la Municipalidad Provincial de Cajamarca. Asimismo, de acuerdo a los resultados obtenidos, menos de una tercera parte de la población encuestada se muestra interesada en los asuntos públicos/colectivos (30.18%), seguido de muy interesado (20.47%). Este resultado es una parte positiva que da lugar a la presencia del interés colectivo por los asuntos públicos de la ciudadanía, y que de alguna manera da pie a fomentar la participación de la población, por lo que conlleva a que se incentive la interacción en la página oficial de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

Así también existe un mayor porcentaje de personas que prefieren no opinar o no tienen una decisión clara (37.80%) respecto al interés por participar o no, en asuntos que les competen a los ciudadanos, es aquí donde la Municipalidad debe enfocarse para llegar a los intereses de esta parte de la población que se siente no identificada con el gobierno que tiene Cajamarca.

En la misma línea, la mayoría de personas consideran que sus opiniones en la plataforma virtual de Facebook son poco tomadas en cuenta (61.94%) o nada (26.77%), solo una pequeña parte considera que si se toman en cuenta sus opiniones (11.29%), de ello podemos afirmar que no hay presencia de la consulta pública digital, que dicho de otra manera aún no se ha generado ese espacio necesario para que el ciudadano intervenga en las decisiones de la municipalidad, además, falta compromiso, afianzar la confianza e identidad con la población por parte de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

Asociado a este tema, un 46.72% de las personas encuestadas consideran que sus opiniones deben influir poco en la toma de decisiones, seguida de mucho con un 41.73%. Sin embargo, un 63.52% refiere que si le gustaría que se tomaran en cuenta las opiniones y reacciones antes que las decisiones que tome el alcalde sean concretadas, es decir que a la población le gustaría ser consultada antes de realizar algún proyecto que los involucre, además se debe centrar en promover la participación ciudadana donde permita que los usuarios estén informados y se involucren con la toma de decisiones.

Un dato importante es que la mayoría de las personas consideran que la Municipalidad Provincial de Cajamarca no informa lo necesario (62.73%), es decir que la población considera que la MPC no publica contenido de interés ciudadano en su página.

Una mayoría de usuarios (64.83%) declaran que, si les gustaría participar en alguna actividad encaminada a la participación de la ciudadanía, esta información afirma el derecho que los ciudadanos tienen al asumir el interés de participar en las decisiones que se tomen, dando pie a que la MPC realice alguna consulta pública donde les permita dar su punto de vista y ser tomado en cuenta.

Por último, los ciudadanos (as) encuestados (as) consideran necesaria (34.38%) y muy necesaria (19.95%) la consulta pública digital en la plataforma de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, en base a estos resultados se puede implementar la consulta pública que permitiría un trabajo con transparencia, se afianzaría la confianza en la gestión, importancia de la viabilidad de propuestas, etc.

Dada la explicación, la consulta pública digital es un espacio que debe favorecer la participación ciudadana, incentivar el debate y promover la interacción entre la municipalidad y la ciudadanía, es así que las ideas expuestas muestran que no se evidencia la Consulta Pública Digital que permita fomentar la Participación Ciudadana, en la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

CONCLUSIONES

- a) La presente investigación refleja el impacto social que existe en la utilización de la plataforma digital Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, siendo una de las redes más usadas por los usuarios de todas las edades, por lo que se denota la necesidad que tienen los ciudadanos el de estar conectados a la red social Facebook, aprovechando la facilidad y la rapidez de la comunicación y otras ventajas que esta proporciona.

En este sentido, la plataforma de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca cuenta con 94 mil seguidores los cuales representan tan solo un 26.97 % de la población total de la provincia de Cajamarca, asimismo su impacto ha venido siendo negativo ya que viene informando constantemente de las actividades que viene realizando, permitiendo que la población tenga la información a su alcance sin embargo aún no logra generar espacios de participación ciudadana activa, tanto por parte de la Municipalidad que no se involucra específicamente en atender la participación de ciudadanos a través de los comentarios y reacciones que se hacen en sus publicaciones, así como por parte de la ciudadanía que aún no se muestra un interés y compromiso positivo en los asuntos públicos de la Provincia de Cajamarca.

- b) La red social de Facebook está creando dimensiones en el aspecto organizacional, social, cultural y político en esta nueva era digital, aunque la existencia de Facebook de la MPC es desde hace ya varios años, hoy en día ha ido adquiriendo más influencia de los cambios tecnológicos, lo cual ha ido evolucionando la forma de comunicarnos.

La red social de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca ha generado nuevas formas de comunicación y con ello nuevos patrones sociales donde se puede evidenciar las preferencias, los gustos y las actividades que los usuarios, que siguen la página de Facebook de la MPC, más realizan, en este sentido los seguidores vienen realizando distintas actividades en la página, de acuerdo al estudio se demuestra que aunque las diferencias de comportamientos entre hombres y mujeres en Facebook no es amplia, no comparten el mismo comportamiento en la red, en cuanto en cuanto al uso de funciones de Facebook, contenido en la página, temas de interés de la ciudadanía, ocio, inclinaciones políticas, etc. La interacción y la comunicación bidireccional que hoy en día existe entre el usuario y el Facebook de la Municipalidad

Provincial de Cajamarca, representan una oportunidad para ser más accesibles al momento de generar espacios de participación ciudadana y poder tomar decisiones en temas de coyuntura local que realmente sean de interés y prioridad, en función a las demandas de los ciudadanos.

c) Se evidenció que no existe planificación de uso de la plataforma digital de Facebook desde una perspectiva social por parte de los funcionarios de la Municipalidad, si bien se analizó 15 perfiles de Facebook de los funcionarios de la MPC, 8 de estos trabajadores comparten información de las gestiones que vienen realizando la Municipalidad, y de estos solo 2 tienen interacción con los cibernautas, lo cual permite que exista un espacio donde se genere participación ciudadana, por otro lado, la mayoría de los funcionarios no muestra el interés de estos por una comunicación directa con el usuario, este punto es fundamental para que deje de existir una brecha marcada y distante entre el gobierno y la población.

d) De acuerdo a la investigación, no se evidencia que la Municipalidad genere algún tipo de sistematización de la consulta pública digital en su plataforma de Facebook, la cual es necesaria para fomentar la Participación Ciudadana de manera activa, ya que de acuerdo a la investigación, la mayoría de las personas consideran que la MPC no informa lo necesario (62.73%) sobre cómo participar en las decisiones que toma la Municipalidad, así también la mayoría de personas consideran que sus opiniones en la plataforma virtual de Facebook son poco tomadas en cuenta (61.94%) o nada tomadas en cuenta (26.77%). Ya que la consulta pública digital, es un mecanismo representativo de camino a las decisiones políticas de la provincia, asimismo, estos resultados se reflejan en lo que se viene trabajando por parte de la gestión la Municipalidad, donde no se generan los espacios y el interés necesario por fomentar la retroalimentación en la ciudadanía.

De acuerdo a los resultados, la participación ciudadana es relativamente baja, teniendo en cuenta que este es un derecho público, no se refleja el interés de participar activamente por parte de los ciudadanos en los asuntos públicos, esto puede ser debido a diversos factores como por ejemplo; falta de espacios de participación, información e interés en los asuntos públicos, desconfianza ciudadana ante la gestión, etc., lo que le impide no poder tomar una decisión clara sobre los deberes que le compete como ciudadanos, así también no se evidencian los espacios necesarios para fomentar la participación ciudadana y se incentive la toma de decisiones de la población, elemento fundamental para promover las políticas

públicas necesarias para desarrollo de la provincia. Afirmándose que la sistematización de la consulta pública está en proceso.

- e) La existencia de la plataforma oficial de Facebook de la MPC genera una perspectiva positiva por parte de los funcionarios de la MPC, sin embargo, la mayoría no tiene una participación activa, pero va en proceso de que se adapten y reconozcan el papel tan importante que hoy en día juega la era digital. Asimismo, la participación ciudadana está en proceso de que se pueda cimentar a través de la plataforma digital de Facebook, lo cual en esta pandemia ha sido el único instrumento entre la municipalidad y la sociedad cajamarquina. Poco a poco la población ha ido adaptándose a esta era tecnológica.

RECOMENDACIONES

- a) Se sugiere que la a municipalidad amplié su cobertura de participación ciudadana asumiendo las opiniones y comentarios, además de reacciones positivas que la población plasma en las publicaciones de la plataforma de Facebook de la MPC; por ejemplo, en el recojo de basura, planeamiento urbano, planificación urbana, etc., cuando a una mayor participación ciudadana y la población hace sugerencias positivas.
- b) Se recomienda que se implemente un espacio de participación ciudadana que implique el hecho de involucrar a los ciudadanos en los procesos de toma de decisiones, tomándose en cuenta dos aspectos, en primer lugar la administración pública por parte de la Municipalidad de Cajamarca que debe brindar respaldo a la capacidad autónoma de la ciudadanía para plantear y discutir opiniones, propuestas y alternativas que sirvan al desarrollo de la provincia, así también comprometerse a considerar las propuestas elaboradas. Y, en segundo lugar, por parte de la ciudadanía cajamarquina, esta debe asumir una mayor responsabilidad para lograr una participación activa y responsable en el proceso de toma de decisiones y elaboración de las políticas públicas como tal.
- c) Se recomienda que los funcionarios de la Municipalidad Provincial de Cajamarca tengan mayor aceptación de las propuestas, opiniones y reacciones que hace la ciudadanía en la plataforma de Facebook, para que se incentive la participación ciudadana se fortalezca.
- d) Se invita a los funcionarios tengan mayor identidad no solo con la MPC sino también con la población cajamarquina, que estos mismos acepten las sugerencias de los cibernautas, tomar en cuenta los temas que son de interés de la población para generar la participación ciudadana como: la basura, transito, planeamiento urbano, reubicación de mercados ambulantes e industriales, estacionamientos improvisados, etc. Abrir una consulta pública donde se haga votaciones de los temas relevantes para la población y se tome en cuenta estos para realizar las gestiones pertinentes.

REFERENCIAS

- Agencia Peruana de Noticias Andina. (2021). Facebook es la red mas usada por los peruanos para consumir noticias. Andina. <https://andina.pe/agencia/noticia-facebook-es-red-social-mas-usada-peruanos-para-consumir-noticias-850376.aspx>
- Alba, R. (1982). Taking stock of network analysis. *Sociology of Organizations* 1(2), 39-74.
- Arab, E., y Díaz, A. (2014). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 11(2), 15 - 27.
- Beese, J. (2016). Sproutsocial. <https://sproutsocial.com/insights/pagina-de-facebook/>
- Cachi, E. (2016). Influencia de las Redes sociales virtuales Facebook y Twitter en el Rendimiento Académico de las Estudiantes de la Institución Educativa Emblemática Santa Teresita, Cajamarca-2015 (Tesis para licenciatura, Universidad Nacional de Cajamarca) repositorio de tesis digitales.
- Calderón, F. (2011). Movimientos culturales y la emergencia de una nueva politicidad.
- Castells, M. (2009). Comunicación y Poder. En M. Castells, Comunicación y Poder Alianza Editorial. .
- Castells, M. (2018). La crisis de la democracia liberal. Madrid. Alianza Editorial, 2017. Resonancias
- Cid, M. (17 de febrero de 2017). Que son y como funcionan las historias efimeras. Xataka. <https://www.xataka.com/moviles/facebook-stories-que-son-y-como-funcionan-las-historias-efimeras-de-facebook>
- Comisión Económica para América Latina. (2018). Participación ciudadana en la Gestión Municipal. Comunidades Cepal. <https://comunidades.cepal.org/ilpes/es/grupos/discusion/participacion-ciudadana-en-la-gestion-publica>
- Córdoba, J. (2015). La necesidad de estrategias de comunicación durante la implementación del Programa de Segregación en la Fuente y Recolección Selectiva de Residuos de la Municipalidad Provincial de Huánuco en el año 2015. PUCP.
- El comercio. (2021). ¿Cuántos usuarios de internet hay en todo el mundo?

- Fernández, Y. (2018). ¿Qué es y cómo se utiliza Facebook?. Xataka <https://www.xataka.com/basics/que-facebook-watch-como-se-utiliza>
- Fundación Gabo (2019). Gabriel Garcia Marquez para el nuevo periodismo Iberoamericano. Centrogabo <https://centrogabo.org/proyectos/convivencias-en-red/ya-estamos-en-una-sociedad-red-manuel-castells>
- García, D. (2018). Internet en el Perú. Datum.
- Gavidia, R. (2018). Uso de las redes sociales para desarrollar una cultura medio ambiente con alumnos del II ciclo de Ingeniería Ambiental y Forestal de la UNACH-Chota, [Tesis para Licenciatura, Universidad San Pedro] Repositorio de tesis digitales
- GCF Global. (2021). Messenger.Facebook. <https://edu.gcfglobal.org/es/facebook-messenger/que-es-facebook-messenger/1/>
- Gelpi, R. (2018). Política 2.0: las redes sociales (Facebook y Twitter) como instrumento de comunicación política. Estudio: caso Uruguay. Universidad Complutense De Madrid.
- Guiñazú, M. (2007). Ciudadanía y desarrollo humano. Siglo XXI.
- Hernández, R, Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. McGraw Hill. <https://www.uca.ac.cr/wpcontent/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática.[INEI] (2018). Cajamarca, resultados definitivos. INEI.
- ISDI Educación. (2017). Como usar Facebook. Facebook. <https://www.isdi.education/es/blog/como-usar-facebook-marketplace>
- Jurado Nacional de Elecciones. [JNE] (2013). Cartilla Educativa. Zona Escolar. <https://dnef.jne.gob.pe/zonaescolar/material/2-cartillaeducativa2.pdf>
- Latour, Bruno (2003) “The Promises of constructivism” en Ihde y Selinger (eds.) Chasing Technoscience: Matrix for Materiality, Bloomington: Indiana University Press, (pp.27-46)
- López S. “La ciudadanía diferenciada”. La República. <http://blog.pucp.edu.pe/item/29032>.
- López S., Kahhat F., Gonzales E., Ballón E., y Azpur, J. (2006). Tendencias y desafíos de la democracia peruana en el nuevo período político. Grupo propuesta ciudadana.

- López, A. (2005). La Teoría de La Acción en Weber. Parsons y Habermas: Algunas consideraciones críticas. *Foro, Nueva época*, (1), 3-5. <file:///C:/Users/ACER/Downloads/ecob,+FORO0505110179A.PDF.pdf>
- Lutz, B. (2010). La acción social en la teoría sociológica: una aproximación. *Scielo*, 23(64), 8-10. <https://www.scielo.org.mx/pdf/argu/v23n64/v23n64a9.pdf>
- María Estela Raffino. (2019). Concepto de redes sociales. <https://concepto.de/redes-sociales/>
- MarketingNews. (2018). Las mujeres utilizan redes sociales mas que los hombres. MarketingNews.<https://www.marketingnews.es/investigacion/noticia/1113054031605/mujeres-utilizan-redes-sociales-7-mas-hombres.1.html>
- Merino, M., y Perez Porto, J. (2014). definicion. <https://definicion.de/compartir/>
- Meta. (2021). Definición de Notificaciones. Facebook https://web.facebook.com/help/1036755649750898?_rdc=1&_rdr
- Meta. (2021).. definición de Etiquetar. Facebook https://web.facebook.com/help/124970597582337?_rdc=1&_rdr
- Meta. (2021). Definicion de Dar “like”. Facebook https://web.facebook.com/help/110920455663362?_rdc=1&_rdr
- Montoya, L. (2018). Tecnologías r y noticias juveniles: análisis de la influencia de las tecnologías R como fuente de hechos noticiosos en los estudiantes de la facultad de comunicación social de la universidad central del ecuador, [Tesis para Licenciatura, Universidad central del Ecuador] Repositorio de tesis digitales
- Pasión por el derecho (2015). Diplomado de gestión publica:Consulta pública: Concepto,principios, tipos y beneficios. lpderecho <https://lpderecho.pe/consulta-publica-concepto-principios-tipos-beneficios/>
- Pérez Porto, J. (2019). Definicion de publicación. <https://definicion.de/publicacion/>
- Pérez Porto, J., y Gardey, A. (2021). Definicion de comentarios <https://definicion.de/comentario/>
- Pérez, J., y Gardey, A. (15 de 07 de 2017). Definicion de Facebook. <https://definicion.de/facebook/>

- Presidencia de Consejo de Ministros. [PMC] (2021). Consulta Pública. Lima: Organización del Estado.
- Pedraja, L. (2017). Desafíos para la gestión pública en la sociedad del conocimiento. *Interciencia*, 42(3),145.
<http://www.redalyc.org/pdf/339/33950011001.pdf>.
- Regalado, O., Celi, K., Chorres, M., y Menacho, L. (2018). Gestión de la reputación digital: propuesta para una municipalidad distrital. Lima: Esan Ediciones .
- Rodríguez, D. (2021). La influencia de la herramienta Facebook live en la imagen corporativa de la cámara de comercio y producción de Cajamarca, [Tesis para Licenciatura, Universidad Privada del Norte] Repositorio de tesis digitales
- Rodríguez, M. & Mendivelso. (2018). *Diseño De Investigación De Corte Transversal*. En revista Médica Sanitas, 21(3) pp.141-146.
https://www.researchgate.net/profile/FredyMendivelso/publication/329051321_Disenio_de_investigacion_de_Corte_Transversal/links/5c1aa22992851c22a3381550/Disenio-de-investigacion-de-Corte-Transversal.pdf
- Sehl, K. (2020). Datos demográficos. Hootsuite. <https://blog.hootsuite.com/es/datos-demograficos-facebook-cm/>
- Smelser, Neil J. (1989) Teoría del Comportamiento Colectivo. México, Fondo de Cultura Económica
- Tamayo, M. y Tamayo (2012). El Proceso de la Investigación Científica. Limusa.
- Torres, J. (2018). Noticiero Contable. <https://www.noticierocontable.com/gobierno-digital-en-el-peru/>
- Univalle. (2019). CIER-SUR. Recuperado de CIER-SUR:
http://cms.univalle.edu.co/amed/mod_inv_aula/paso_8_tcnica_de_recoleccion_de_datos_analisis_documental.html
- Universidad San Martín de Porres [USMP]. (2014). “MARCA PERÚ: UN SIGNO QUE DISTINGUE”. Lima: Universidad San Martín de Porres.
https://derecho.usmp.edu.pe/instituto/inv_centros/2014/MARCA_PERU_PROPIEDAD_INTELECTUAL.pdf

- Universidad Francisco Marroquín. (2008). Publicar es mejor que postear. Educacion.ufm.
<https://educacion.ufm.edu/publicar-mejor-que-postear/>
- Valencia Ortiz, R., Cabero Almenara, J., y Garay Ruiz, U. (2020). Influencia del género en el uso de redes. Campus Virtuales, 2-3.
- Vélez, J. (2019). Participación ciudadana a través de las redes sociales y su influencia en los espacios digitales en la parroquia San Camilo, Cantón Quevedo, [Tesis para Licenciatura, Universidad Técnica De Babahoyo] Repositorio de tesis digitales
- Ymaña L. Redes Sociales y Participación Ciudadana,(Tesis de Licenciatura, Universidad San Martín de Porres) repositorio de tesis digitales.
- Zapatero, M. D. (2017). Sociabilidad virtual: la interacción social en el ecosistema digital. Historia y Comunicación Social, 1.

ANEXOS

Anexo I: Encuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE SOCIOLOGÍA



Buenos días/tardes. Estamos realizando una encuesta online sobre la utilización de la nueva plataforma virtual de Facebook de la municipalidad provincial de Cajamarca para fomentar la participación ciudadana. La encuesta es breve y agradeceríamos su colaboración.

I. REGISTRO GENERAL DEL ENCUESTADO:

Sexo: M F /

Edad: 18 o menor 19 a 29 30 a 39 40 a 49 50 a más

OCUPACIÓN:

Trabajador independiente Trabajador dependiente Trabajador del hogar
 Estudiante Jubilado Desempleado

LUGAR DE RESIDENCIA:

Provincia de Cajamarca Otras provincias Fuera de la región Cajamarca

II. INFORMACIÓN DEL USO DE LA PLATAFORMA VIRTUAL DE FACEBOOK:

1. De los siguientes dispositivos ¿Con cuál te conectas con mayor frecuencia a Facebook?

Teléfono celular Laptop Computadora de escritorio (PC)
 Tablet Smart TV Otros

2. ¿Qué tanto te interesa estar informado de lo que ocurre en tu entorno?

Muy informado Informado Algo informado

Poco informado Nada informado

3. ¿Cuánto tiempo al día te conectas a Facebook?

Menos de 1 hora de 1 a 3 horas de 4 a 8 horas de 8 horas a más

4. ¿Qué tanto empleas la red social Facebook?

- Muy frecuentemente Frecuentemente Ocasionalmete

5. ¿Cuál consideras que es la principal función de Facebook?

- Entretener Informar Comprar en línea Chatear
Conocer nuevas personas Opinar Educar Chismear
Etiquetar personas Ver videos Compartir publicaciones Otra

6. De los siguientes temas ¿cuál consulta con mayor frecuencia en Facebook?

- Política Seguridad Economía Espectáculos Moda
Deportes Cultura Tecnología Salud Empleo Otros

7. Las noticias que consumes en Facebook ¿suelen ser tema de conversación en tus círculos sociales?

- Siempre Casi siempre Algunas veces Muy pocas veces Nunca

8. ¿Cuál tema noticioso compartes con mayor frecuencia en tu perfil de Facebook?

- Política Economía Espectáculos Moda Deportes
Cultura Tecnología Salud Empleo no comparto noticias

9. ¿Cuál es la principal fuente de la información que consultas en Facebook?

- Enlaces de páginas web Enlaces a páginas de periódicos
 Enlaces de páginas de televisoras Enlace a páginas de estaciones de radio
 Publicaciones de amigos Publicidad pagada
 Fan pages informativas Influencers
 No me informo en Facebook

III. INFORMACIÓN DEL USO DE LA PÁGINA OFICIAL DE FACEBOOK DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CAJAMARCA:

10. ¿Con que frecuencia visitas la página oficial de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca?

- Siempre Casi siempre Algunas veces Muy pocas veces Nunca

11. ¿Te sientes identificado con el logo de la página oficial de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca?

Si No

12. Marca según tu criterio ¿Con que frecuencia interactúa en la página oficial de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca?

Actividad por Publicación	Frecuentemente	Ocasionalmente	Nunca
Reaccionar			
Comentar			
Compartir			

13. ¿Usted diría que está interesado/a o no en los asuntos públicos/colectivos de la Provincia de Cajamarca?

Muy interesado/a Interesado/a Poco interesado/a Nada interesado/a

14. ¿Está interesado/a en participar en las cuestiones que afectan a los ciudadanos/as de la Provincia de Cajamarca?

Muy interesado/a Interesado/a Poco interesado/a Nada interesado/a

15. ¿Considera que las opiniones de la ciudadanía, en la página oficial de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, son tomadas en cuenta?

Mucho Bastante Poco Nada

16. ¿En qué grado piensa que la participación y las opiniones de la gente, en Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, debe influir en su toma de decisiones?

Mucho Bastante Poco Nada

17. ¿Cree que la Municipalidad Provincial de Cajamarca, a través de su página de Facebook, informa en la actualidad sobre cómo participar en las decisiones que afectan a la ciudadanía?

Mucho Bastante Poco Nada

18. ¿Le gustaría que se tomaran en cuenta las opiniones y reacciones sobre diferentes temas, en la página de Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, antes de que se concreten las decisiones?

Sí No

19. ¿Conoce alguna actividad encaminada a la participación de la gente promovida través del Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca?

Sí No

20. Dígame según su opinión ¿en qué área es más importante hacer hincapié en el contenido del Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca para que la ciudadanía participe en las decisiones? (Máximo 3 respuestas)

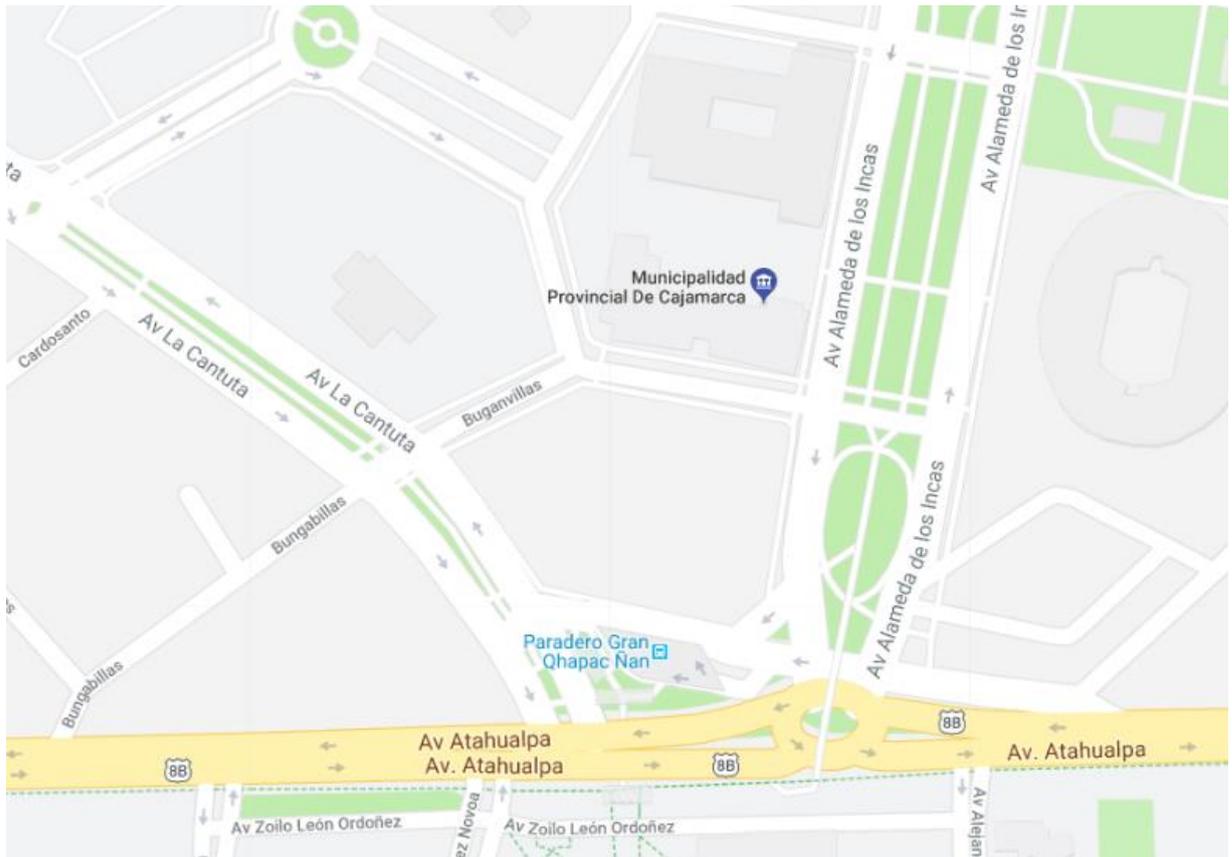
- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Sanidad | <input type="checkbox"/> Educación | <input type="checkbox"/> Infraestructuras, carreteras |
| <input type="checkbox"/> Urbanismo/vivienda | <input type="checkbox"/> Tráfico/ aparcamientos | <input type="checkbox"/> Medio ambiente |
| <input type="checkbox"/> Presupuestos/ Impuestos | <input type="checkbox"/> Servicios sociales | <input type="checkbox"/> Políticas de empleo |
| <input type="checkbox"/> Igualdad de género | <input type="checkbox"/> Inmigración | <input type="checkbox"/> Seguridad ciudadana |
| <input type="checkbox"/> Cultura | <input type="checkbox"/> Juventud y Deporte | <input type="checkbox"/> Ninguna |

Otras: _____

21. ¿En qué medida considera necesaria la consulta pública en el Facebook de la Municipalidad Provincial de Cajamarca para el fomento de la participación ciudadana orientada a la toma de decisiones?

Muy necesario Bastante necesario Poco necesario Nada necesario

Anexos II: Ubicación de la Municipalidad Provincial de Cajamarca



Nota. Google Maps