

El espejismo de la participación ciudadana en tiempos de COVID-19

The mirage of citizen participation in times of COVID-19

Juan de Lucas Osorio¹ | [ORCID ID](#)
idelucasosorio@gmail.com
Hede, Málaga, España

Recepción: 11/11/2020 Revisión: 29/11/2020 Aceptación: 17/12/2020 Publicación: 22/12/2020
<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-20-2020-04-47-70>

Resumen

La participación ciudadana es un caballo de batalla de instituciones, organizaciones y empresas, intentando contar con la ciudadanía para el desarrollo de actividades. Esta necesidad de participación se ha venido desarrollando de manera presencial en actividades formativas, foros, debates, reuniones, jornadas, entre otros eventos, que se han visto directamente afectadas en su organización ante la situación de crisis sanitaria mundial. Ante este marco epidemiológico, todos los organizamos se han visto abocados a trasladar al ámbito digital sus actividades, pero ¿todas las personas saben cómo participar, tiene la ciudadanía los recursos suficientes, es igual el contenido presencial que impartirlo en digital? Ante estas preguntas necesarias y actuales, obtenemos respuestas que conducen a una marcada brecha digital, que deja atrás la participación ciudadana.

Palabras claves: participación ciudadana, brecha digital, comunicación.

Abstract

This article aims to show how the pandemic situation has given rise to the digital exodus of activities that were originally designed to be carried out in person, organized by public bodies (town councils, county council and the Andalusian Ministry of Employment, Training and Autonomous Work) and non-governmental organizations (associations,

¹ Juan De Lucas Osorio es Doctor en Comunicación para el fomento de la cultura emprendedora, con más de diez años trabajando en el ámbito de la comunicación social y proyectos internacionales. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3267-1963>

foundations of Andalusia), raising the following questions: Are face-to-face activities transferred to the digital sphere without adapting? Are there triggers to encourage participation? Do you offer a solution in terms of technological tools or digital literacy to access the activity?

To give answers to these questions, between April and September 2020 we have analyzed 233 activities, 91 activities of public organizations and 142 of social entities: training course, informative workshops, conferences, orientation, and presentation of resources. In these activities the main areas covered were: employment, social revitalization, new technologies, gender equality, health, entrepreneurship and resources for youth.

With these questions, necessary and current, we obtain answers that lead to a lack of transformation of face-to-face activities towards the digital field, which does not take advantage of the benefits of digital tools; Institutions and organizations do not take into account the degree of knowledge of the public with respect to communication channels and that they require them to know how to use, without forgetting the economic circumstance and assuming that each person has the necessary software and hardware to be a connected citizen.

In parallel, we have discovered that this acceleration of the digital transformation of face-to-face activities has found social entities devoid of knowledge and materials. On the one hand, it does not have the materials to carry out the subsidized programs, but the administration requires it to develop them, and on the other hand, it does not have the resources to offer citizens quality technological services, since its mission was based on in the face-to-face field, for which they demand training for their workers and collaborators, as well as computer equipment not only so that citizens can participate but also so that the organization itself can develop its relationship with the administrations.

Keywords: citizen participation, digital divide, communication.

Sumario

1. Introducción
2. Marco teórico
3. Metodología
4. Resultados
5. Discusión y conclusiones
6. Referencias

Summary

1. Introduction
2. Theoretical framework
3. Methodology
4. Results
5. Discussion and conclusions
6. References

1. INTRODUCCIÓN

La economía española ofrece síntomas de una fuerte desaceleración como consecuencia del impacto de la pandemia de Covid-19 y de las medidas de contención implementadas por el Gobierno, en línea con el profundo deterioro observado de manera generalizada entre las economías de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD, 2020), según ha advertido la institución internacional.

Ya se han presentado al menos 450.000 Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) en España, según los datos publicados por las Consejerías autonómicas de Trabajo (Epdata.es, 2020), que afectan a más de 2,7 millones de trabajadores/as, estando Andalucía a la cabeza con 90.250 ERTEs, y cuatro de cada diez establecimientos realiza (ERTE) durante los meses del estado de alarma (INE, 2020a).

De los 2,7 millones de empleados/as afectados/as por los despidos temporales, 620.000 se encuentran en Cataluña; seguidos de los 427.000 de Andalucía; y de los 400.000 en Madrid. Entre las tres comunidades copan cerca del 54% de las personas afectadas en todo el territorio nacional. El número total de parados/as en España se situó en 3.802.814 personas en el mes de agosto de 2020, lo que supone un 0,79% respecto al mes anterior, es decir, 29.780 desempleados/as (Serrano, Soler y Pascual, 2020).

Fedea, BBVA Research y la Fundación Rafael del Pino estimaban una caída de entre un 0,6% y un 4,5% del PIB en 2020 como consecuencia del Covid-19 teniendo en cuenta las medidas implementadas por el Gobierno y a nivel europeo. Sin medidas de mitigación, la pandemia reducirá el crecimiento entre un 4,1% y un 7,9%, según sus previsiones (Europa Press, 2020). Ante este panorama, tanto el ámbito público como privado se afanan por buscar soluciones, el Gobierno de España ha presentado en tres meses dos grandes planes superpuestos: la Agenda España Digital 2025 y el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (La Moncloa, 2020), regados con 140.000 millones del fondo de recuperación europeo. El compromiso del Gobierno en su Agenda Digital de ofrecer conexión de 100 MB para el 100% de la población en 2025 y el todavía incipiente

despliegue del 5G son fundamentales para la vertebración del país. De cumplirse podría dar un vuelco a problemas como la despoblación o el precio de la vivienda (Marín, 2020).

No cabe duda, que uno de los sectores afectados por el virus es el de la participación ciudadana, concretamente en las actividades que se llevan a cabo desde organismos públicos y organizaciones, viendo como desde marzo de 2020 se paralizaba el uso de espacio de actividad ciudadana (BOJA, 2020). Espacios de Ayuntamientos, asociaciones, fundaciones, entre otros organismos institucionales, que realizaban una labor de orientación laboral, impartición de formación, desarrollo de jornadas, centros de espacios de trabajo compartido, bibliotecas, en definitiva espacios de participación ciudadana, puntos de encuentro donde se aunaban recursos y ciudadanía y que ante la situación pandémica se han encontrado con la disyuntiva sobre cómo continuar esta labor contacto con las personas/as, viéndose obligadas a transformar servicios y actividades cara a cara, por cara pantalla, añadiendo la dificultad de la brecha digital, recursos económicos para el acceso a Internet o componentes informáticos.

Las herramientas digitales poseen diferentes bondades para la ciudadanía, las características de las TIC son la ubicuidad, que permite al usuario acceder a la información desde cualquier lugar con conexión a Internet; la autoría de contenidos, que permite que los usuarios “se convierten en su centro neurálgico”; y la virulencia, es decir, la difusión masiva en la red (Caldevilla, 2009: 34).

Centrándonos en el uso, el 93,2% de la población española de 16 a 74 años ha usado Internet en los tres últimos meses. El 83,8% de las mujeres y el 82,4% de los hombres navegan a diario. El 53,8% de las personas de 16 a 74 años ha comprado en la red en los tres últimos meses. Por edad, el grupo con mayores habilidades es el de 16 a 24 años (el 75,7% las tiene avanzadas) (INE, 2020b).

Sin embargo, nos encontramos ante el analfabetismo digital, o la falta de competencias digitales básicas, la ciudadanía tiene derecho a exigir un lenguaje claro, y un diseño inclusivo y accesible, con herramientas que faciliten el acceso universal a las webs públicas (braille, reconocimiento de voz, emulador de teclado, etc.) hablemos pues, de inteligencia artificial, al servicio de este nuevo derecho ciudadano, imprescindible en la

sociedad de la información (Arenas Arias, 2020). Así lo refleja la realidad, ya que el 12,1% de los internautas en España declara haber tenido la necesidad de presentar un formulario aunque finalmente no lo envió (el 11,3% en 2019). Entre las causas, el 62,1% afirma que lo tramitó por Internet otra persona en su nombre –gestor o conocidos/as–, el 34,6% por falta de habilidades o conocimientos y el 31,4% por no disponer o tener problemas de firma o certificado electrónico (INE, 2020b).

Describiendo un perfil, el de persona analfabeta digital, es el de una persona mayor de 55 años, sin estudios e inactivo, un perfil de 5,5 millones de personas, que en su vida han usado internet. Prácticamente, el cien por cien de los licenciados universitarios en este país son internautas y admiten tener habilidades digitales y competencias informáticas avanzadas. Al aumentar la edad descende el uso de Internet en hombres y mujeres, siendo el porcentaje más bajo el que corresponde al grupo de edad de 65 a 74 años (un 63,7% para los hombres y un 63,5% para las mujeres) (INE, 2018). El contrapunto lo ponen las más de 700.000 personas sin estudios, que reconocen no haber navegado nunca por internet. Sin embargo, la situación económica no afecta, con leves subidas o bajadas, a la hora de acceder a la red. 81 de cada 100 españoles con ingresos inferiores a 900 euros han navegado alguna vez en el último año. Esta cantidad aumenta levemente hasta los 98 de cada 100 entre los que ganan más de 2.500 euros al mes. Radiografía que se vuelve a reproducir entre la población ocupada y parada. De los 4,3 millones de desempleados, tan sólo 301.000 personas jamás han usado internet (González de Molina, 2020).

El uso del mundo digital ha tenido un impulso titánico con la pandemia, y algunos servicios y rutinas han llegado para quedarse, como es la opción del teletrabajo, que pasa de ser utilizado por un 15% de los negocios antes de la pandemia a un 48% durante el periodo del estado de alarma (INE, 2020a). Pero, ahora que está de moda digitalizar todo, no se trata de escanear formularios obsoletos en papel, sino de cambiarlos, transformar productos excluyentes en servicios inclusivos. Los nuevos analfabetos (digitales) malviven en un sistema que les ignora y les maltrata: ancianos, inmigrantes, minorías o personas con discapacidad visual (casi un millón en España), auditiva, motora o intelectual, que no saben o no pueden adaptarse al nuevo alfabeto digital. Esas personas también tienen derecho a entender (Carrera, 2020). El factor motivador que en su día pudieron suponer plataformas digitales parece que se extingue. Como las TIC

son indispensables en la sociedad actual, las instituciones educativas deben replantearse cómo reorientarlas, para potenciar la alfabetización digital y para mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje (Almansa-Martínez, Van-Zummeren y Haro, 2019).

Partiendo de este planteamiento, este artículo pretende analizar la accesibilidad de la participación ciudadana en el marco de crisis sanitaria, con el objetivo de valorar, desde el punto de vista cuantitativo, la adaptación de las actividades realizadas por entidades sociales y administraciones públicas, la accesibilidad de medios, así como el nivel de interacción del participante. Para ello se ha tomado como ejemplo actividades de organismos públicos y de entidades no gubernamentales, y se han planteado las siguientes preguntas de investigación (PI):

PI1 ¿Las actividades presenciales se transfieren al ámbito digital sin adaptarse?

PI2 ¿Existen activadores para fomentar la participación?

PI3 ¿Ofrecen una solución en cuanto a herramientas tecnológicas o de alfabetización digital para acceder a la actividad?

2. MARCO TEÓRICO

La COVID-19 es la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se ha descubierto más recientemente. Tanto este nuevo virus como la enfermedad que provoca eran desconocidos antes de que estallara el brote en Wuhan (China) en diciembre de 2019. Actualmente la COVID-19 es una pandemia que afecta a la totalidad geográfica del planeta (Organización Mundial de la Salud, 2020).

Ante esta situación, el aislamiento, cuarentena y distanciamiento social son unas premisas habituales tanto en España como todo el mundo para evitar la propagación del virus. En términos generales, cuanto más cercana y prolongada sea la interacción con otras personas, más alto es el riesgo de propagación del COVID-19 (Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades, 2020).

Por tanto, las administraciones, asociaciones, centros educativos, y empresas, y con ello sus equipos de personas, se han visto forzadas a dar el salto al mundo digital, trasladando sus actividades programadas y futuras, al uso indispensable de Internet. Pero los problemas de participación digital ya existían antes de la pandemia, el 69% de las personas sin acceso a Internet vivía en la pobreza y el 48% de la población desconectada deseaba acceso a Internet, cifras que seguramente habrán crecido como consecuencia de la situación mundial de los últimos meses. Cerca del 40% de las personas desconectadas consultadas que viven en situación de pobreza no ha utilizado nunca Internet por su coste, y el grupo de edad con la mayor proporción de personas sin conexión es el de edades comprendidas entre 18 y 36 años (43%). La complejidad de uso de Internet (36%) y una aparente “falta de interés” por el “miedo al uso” (38%) son también causas citadas por algunos segmentos de la población desconectada. Todo esto significa que hay personas que no pueden acceder a servicios públicos, como, por ejemplo, la información sanitaria crítica, que cada vez más administraciones públicas las proporcionan casi exclusivamente por medios digitales (Capgemini, 2020: 1).

En el ámbito laboral, el del denominado teletrabajo, está asociado al desarrollo de las TIC, la mayoría de los investigadores realizan sus estudios en torno a esta evolución, pero dejan de un lado la estrategia empresarial, únicamente mencionan que es una forma de organizar el trabajo flexible, sin definirla, por lo que podrían tratar el teletrabajo como una estrategia empresarial o estrategia de la organización y no cómo un simple programa, las futuras investigaciones sobre el tema deberían de coger este punto y a partir de aquí investigar, por ejemplo, qué rol ha de cumplir cada miembro de la empresa, que pautas serían necesarias para la implantación de estos programas. El teletrabajo debe ser analizado como una nueva herramienta empresarial y no como el resultado del desarrollo tecnológico (Cañadas, 2017).

Los indicadores de la UE señalan que el punto más débil de la digitalización en España es el capital humano. En el informe DESI es el parámetro en el que ocupamos peor posición: el decimosexto, de 27 países. El 43% de los españoles de entre 16 y 74 años carecen de competencias digitales básicas, un punto menos que en el conjunto de Europa. La inmensa mayoría de las pymes en la Unión Europea todavía no emplea esas tecnologías digitales, pues tan sólo un 17 % utiliza servicios en la nube, un 12 % analiza

los macrodatos y un 17,5 % vendió productos o servicios en línea en 2019 (European Commission, 2020).

En el ámbito de la educación, la mayoría del alumnado cuenta con dispositivos electrónicos, tales como el teléfono móvil (96,7%) y ordenador portátil o tablet con conexión a internet (83,6%). Se pone de manifiesto que una cosa es contar con tecnología en los hogares y otra muy diferente, admitir que los recursos tecnológicos de los que se dispone posibilitan continuar con los estudios mientras no pueda acudir a los centros educativos. Se ha evidenciado que uno de cada tres estudiantes, a pesar de disponer de tecnología en su hogar, señala que no cuenta con los recursos necesarios. Además, se ha constatado que esa percepción se ve influenciada por: el tamaño de la población en que viven el confinamiento, la formación o capacitación para su uso, además de las capacidades y habilidades insuficientes (Rodicio-García, Ríos de Deus, Mosquera González y Penado Abilleira, 2020).

Podemos ver cómo algunos alumnos están excluidos digitalmente y cómo pueden no tener acceso a equipos informáticos o a Internet para poder participar en el aprendizaje online. Incluso, profesores/as están experimentando con proyectos para prestar a los alumnos ordenadores que actualmente no se utilizan en los centros de educación para adultos, o proporcionar a los alumnos apoyo para sufragar los costos de los datos móviles para que puedan permitirse el acceso a los contenidos online. Lo que ya parece muy claro es que la crisis del coronavirus tendrá un impacto duradero no sólo en el mercado laboral y en otros sectores de la economía, sino también en la oferta de aprendizaje. El aprendizaje digital desempeñará un papel más importante en el futuro previsible. Para los profesionales de educación de personas adultas, esto significa lograr un buen equilibrio en la inclusión social de los alumnos, mediante el aprendizaje presencial y la adaptación a las circunstancias cambiantes (Kihrer, 2020).

Si añadimos a la exclusión digital, la exclusión por tener diferentes capacidades, nos encontramos, según desvela el informe de ODISMET, *Efectos y consecuencias de la Covid-19 entre las personas con discapacidad* (Silván y Quíñez, 2020), el 12% de las personas con discapacidad que ocupaban un puesto de trabajo antes de la pandemia lo ha perdido, mientras que un 60% teme perderlo. Un dato muy preocupante de este

estudio, teniendo en cuenta que antes de que la COVID-19 irrumpiera en nuestras vidas, es el que sólo una de cada cuatro personas con discapacidad tenía empleo, es decir un 25,5% frente al 66% de la población general. Estos datos, son pues, aún más desesperanzadores y demoledores para el colectivo con discapacidad intelectual, ya que su inserción laboral resulta aún más compleja en el ámbito de un trabajo adaptado al ámbito digital.

Todo lo anterior, ha dado lugar a conceptos como “La Triple Falta” (Canca, 2020). La brecha digital, como fiel reflejo de la brecha social, pone encima de la mesa una problemática que recoge el concepto la triple falta como: 1. Falta de dispositivos informáticos, 2. Falta de conectividad y 3. Falta de competencia digital:

1. La falta de ordenadores, portátiles o tablets en el alumnado sin recursos constituye la principal problemática para un sector especialmente afectado por la pandemia.
2. La mala, escasa o nula conexión a internet es otra realidad en algunos casos.
3. En otras ocasiones, el alumnado carece de las habilidades digitales necesarias para poder desenvolverse con soltura con las TIC.

3. METODOLOGÍA

El análisis de contenido es una técnica sistemática y replicable que examina los símbolos de la comunicación, se les asignan valores numéricos de acuerdo con reglas de medición válidas y analiza las relaciones que incluyen valores usando métodos estadísticos para describir la comunicación, dibujar inferencias sobre su significado o inferir desde su contexto de producción y del consumo (Riffe, Lacy y Fico, 1998: 20).

Para obtener la información, se analizan 233 actividades de instituciones y organizaciones no gubernamentales de Andalucía desde abril hasta septiembre de 2020.

El estudio se centra en actividades llevadas a cabo por: organismos públicos (ayuntamientos, diputaciones y la Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo de Andalucía) y organizaciones no gubernamentales (asociaciones, fundaciones de Andalucía). Entre las actividades analizadas se encuentran:

- Curso formativo: acción por la que la persona asistente obtiene contenidos en torno a una materia, así como un seguimiento por parte de la persona docente, con una duración mayor a la de un día.
- Talleres divulgativos: acción por la que los/as participantes adquieren conocimientos centrados en una temática concreta y cuya duración no es mayor a la de un día.
- Jornadas: eventos donde instituciones, profesionales y expertos/as comparten experiencias, resultados, o presentan programas sociales para el bien de la sociedad. Su duración es menor a la de un día.
- Orientación: sesiones individuales o colectivas donde la ciudadanía recibe asesoramiento sobre un área concreta, así mismo se le facilita recursos y herramientas para alcanzar diferentes objetivos. Su duración puede ser menor de un día o puede sucederse en el tiempo, según la evolución de la persona o el grupo en conseguir los objetivos.
- Presentación de recursos: acto cuya finalidad es mostrar un nuevo recurso para la sociedad. Su duración no excede más allá de un día.

Las principales áreas de las que trataban las actividades son:

- Empleo: orientación laboral, herramientas para la búsqueda de empleo, preparación de currículum, gestiones con administraciones, consultoría sobre el desempleo en época de pandemia.
- Dinamización social: actividades de concienciación, campañas de sensibilización, promoción cultural, innovación social.
- Nuevas tecnologías: alfabetización digital, herramientas digitales para el empleo, recursos en la Internet de participación.
- Igualdad de género: campañas contra la violencia de género, atención psicológica, divulgación de estudio en desigualdad, talleres de concienciación, promoción de la igualdad en empresas.

- Sanidad: nueva realidad, restricciones, medidas para el desarrollo de actividades.
- Emprendimiento: nuevo nichos de mercado, actualización del negocio, ayudas al pequeño y mediano comercio.
- Recursos para la juventud: estudios, movilidad nacional e internacional, promoción del talento, compartir experiencias, programas de empleo.

Tabla 1. Información sobre las actividades

| ORGANISMOS | | TOTAL ACTIVIDADES |
|--|---|-------------------|
| PÚBLICOS | ORGANIZACIONES | |
| Ayuntamientos, Diputaciones provinciales y Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo de Andalucía. | Asociaciones, y fundaciones de Andalucía. | |
| Las actividades organizadas por las entidades: curso formativo, talleres divulgativos, jornadas, orientación, y presentación de recursos. Áreas temáticas de las actividades: empleo, dinamización social, nuevas tecnologías, igualdad de género, sanidad, emprendimiento y recursos para la juventud. | | |
| 91 | 142 | 233 |

Fuente: Elaboración propia.

Con el análisis de contenido se analizan las formas de participación que ofrecen los diferentes organismos. Berelson (1952) lo define como “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones, con el fin de interpretarlas”. Así, corresponden al campo del análisis de contenido las actividades en las que, partiendo de un conjunto de técnicas parciales pero complementarias, consisten en explicar y sistematizar el contenido de los mensajes y la expresión de ese contenido con la ayuda de indicios cuantificables o no

(Krippendorff, 1990). Todo ello con la finalidad de efectuar deducciones lógicas y justificables concernientes a la fuente, o eventualmente, a los efectos de los mensajes tomados en consideración (Bardin, 1986).

El interés del análisis de contenido no reside solo en la descripción de los contenidos, sino en lo que estos, una vez tratados, podrían enseñarnos relativo a otras cosas, matices que cuantitativamente no pueden contabilizarse. Estos conocimientos deducidos de los contenidos pueden ser de diversa índole: psicológica, sociológica, histórica, económica... (López, 2002: 169).

Tabla 2. Categorías de análisis

| CATEGORÍAS | DESCRIPCIÓN |
|--|---|
| Transformación del taller de presencial a digital | Comprobar si la actividad que iba a impartirse en presencial cambia el contenido al transformarse la actividad en online. Es decir, si simplemente ha cambiado el canal, de presencial a impartirlo online, o amoldó el contenido, el horario, e implementó herramientas de participación para favorecer el cambio al ámbito digital. Comprobación a través de las publicaciones en redes sociales de las entidades organizadoras que indicaban el cambio en la actividad. |
| Opciones para participar en la actividad | Desde el organismo organizador se ofrece alguna facilidad de hardware/software para que todas las personas pueden acceder. Comprobamos, si ofrece algún tipo de recursos para que las personas puedan acceder fácilmente, no solo en cuanto a componentes informáticos también en cuanto a conocimientos, o únicamente anuncia la actividad y las personas deben encontrar la solución informática para participar. Comprobación mediante cuestionario vía email/perfil red social a la entidad organizadora requiriendo soporte tanto de software como de hardware para poder participar en la actividad. |
| Grado de participación | La ciudadanía es una mera espectadora o participa activamente en la actividad. Durante la actividad, pese a encontrarnos frente a una pantalla, analizamos si la entidad hace partícipe a las personas que se han apuntado o son meras televidentes de la actividad. Comprobación mediante cuestionario a la entidad organizadora donde queríamos saber si podíamos formular preguntas, exponer puntos de vista, crear debates, y/o participación en la actividad. |

Fuente: Elaboración propia.

Por consiguiente, se realizó un listado de eventos realizados durante los meses indicados a través de las redes sociales, Twitter y Facebook, donde se promocionaban. Una vez detectado el evento se analizaba si era una actividad organizada nueva, y si era así se desechaba, o por el contrario, y el objeto de nuestro estudio si era una adaptación de una actividad planificada antes del Estado de Alarma. Seleccionada la actividad, se procedía a analizar las categorías del interés del artículo.

Tabla 3. Variables de la investigación

| Tabla nº3 | | | | |
|--|---|---|---|-----------------------------|
| VARIABLES PARA EL ANÁLISIS VISUAL DEL CARTEL DE LA ACTIVIDAD | | | | |
| Tipología de la actividad | Préstamo de recursos (ordenadores, Internet, tablet) | Explicación de la herramienta digital usada en la actividad | Nivel de conocimiento digital necesario para participar | Soporte si no puede acceder |
| Presencial | Sí | Sí | Sí | Sí |
| Digital | No | No | No | No |
| Mixta | | | | |

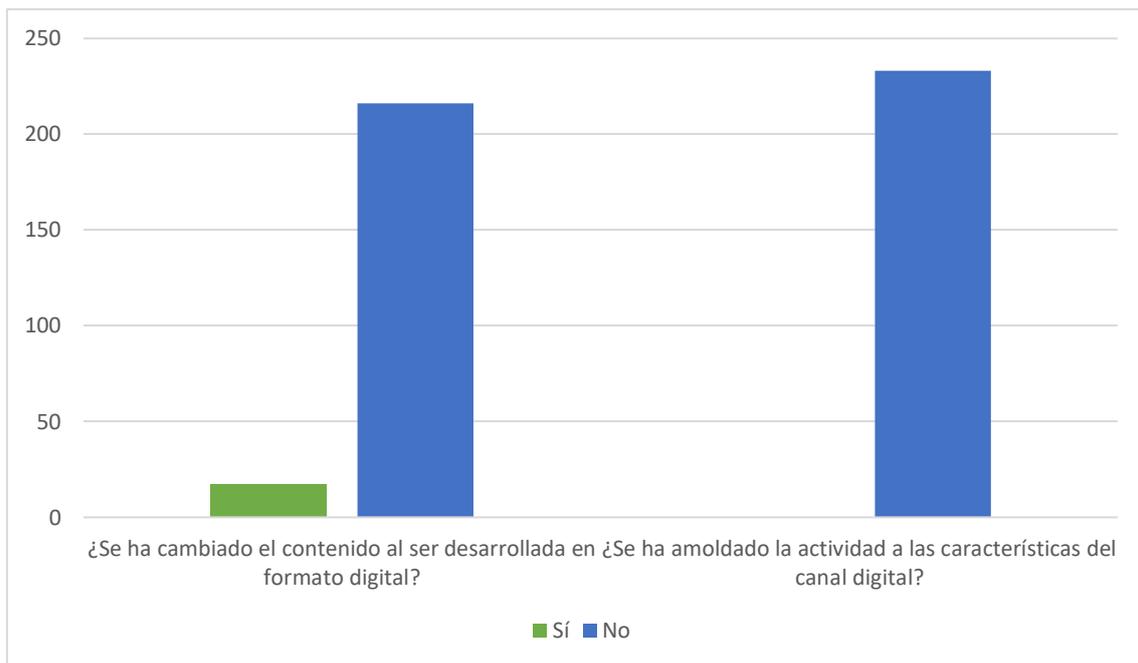
Fuente: Elaboración propia.

4. RESULTADOS

Los datos obtenidos apuntan a que las actividades programadas no han cambiado en cuanto a su contenido, solamente su continente (93%). Nos encontramos que los contenidos formativos, jornadas, debates, incluso actividades impartidas en varios días no han variado en cuanto a su contenido, se mantienen sin modificar o adaptar al ámbito digital la forma de impartir la actividad a la ciudadanía. Es decir, las actividades analizadas que en su origen se celebraban pensando en un desarrollo presencial, esa misma estructura no se ha modificado, y simplemente se ha transmitido por Internet, sin tener en consideración aspectos como la duración o el acceso de la ciudadanía para disponer de recursos tecnológicos. En un modesto 7%, sobre todo desde el punto de vista de organizaciones, sí que han tomado consciencia de la necesidad de cambiar la estructura de la actividad, para evitar la fatiga frente a la pantalla, a través de contenidos enviados previamente, y centrar la conexión digital en la interacción entre emisores/as y receptores/as.

El no cambio en el contenido va directamente relacionado con el canal seleccionado que se utiliza para el desarrollo de las actividades, encontrándonos, tanto en instituciones como organizaciones, la falta de atención al canal que se utiliza y con ello omitiendo cómo la ciudadanía puede participar. Por consiguiente, las actividades analizadas no se transforman, pero tampoco se amoldan a un canal propicio a la participación, si no que el 100% de las actividades pasan a convertirse en un contenido audiovisual, sin alterar las características de las mismas, en cuanto a duración, contenido o ponentes. Ante esta migración de contenido, nos hemos encontrados con actividades, las cuales en su origen eran presenciales, y al reformularlas pasan a ser una retransmisión de un/a emisor/a que de forma unidireccional comparte los contenidos. Olvidando aspectos como la exposición de la persona participante frente a un monitor durante un periodo de tiempo prolongado.

Gráfico 1. Cambios y adaptación por el formato digital



Fuente: Elaboración propia

El trasvase de las actividades del plano presencial al mundo digital, obliga a las personas a disponer de herramientas de hardware (ordenador, tablet, teléfono inteligente, cámara, altavoces, micrófonos) y de software (conexión a Internet, programas). Sin ello

la ciudadanía interesada en participar se encuentra ante un muro de impedimentos que las inhabilita para conectarse a la actividad.

Desde organismos públicos y organizaciones que desarrollan la actividad, descubrimos que el 98% no ofrece ayuda alguna para la obtención de software o hardware, y que por consiguiente dan por hecho que todas las personas tienen disponibilidad para acceder a Internet, a un ordenador, o a un teléfono inteligente. Simplemente lanzan la actividad de manera online, pero no apoyan a la ciudadanía en las herramientas necesarias para poder participar en la actividad, siendo inviable que en un hogar donde solamente haya un dispositivo de conexión a Internet pueda ser acaparado durante una actividad, por ejemplo, de tres horas de duración, no es viable ni operativo para el hogar. Nuevamente, el porcentaje de concienciación sobre si los hogares españoles disponen de los recursos digitales para participar en su actividad por parte de las organizaciones sociales y públicas es menor, un 2% de los organizadores sí informaban junto con la actividad sobre cómo participar si no tenía recursos digitales, a través de la cesión de materiales en las instalaciones de la entidad, así como encontrándonos acciones puntuales de organizaciones sociales quienes han cedido hardware de segunda mano a familias en riesgo de exclusión durante el confinamiento para que pudieran seguir los estudios los menores, orientación o formación de adultos/as.

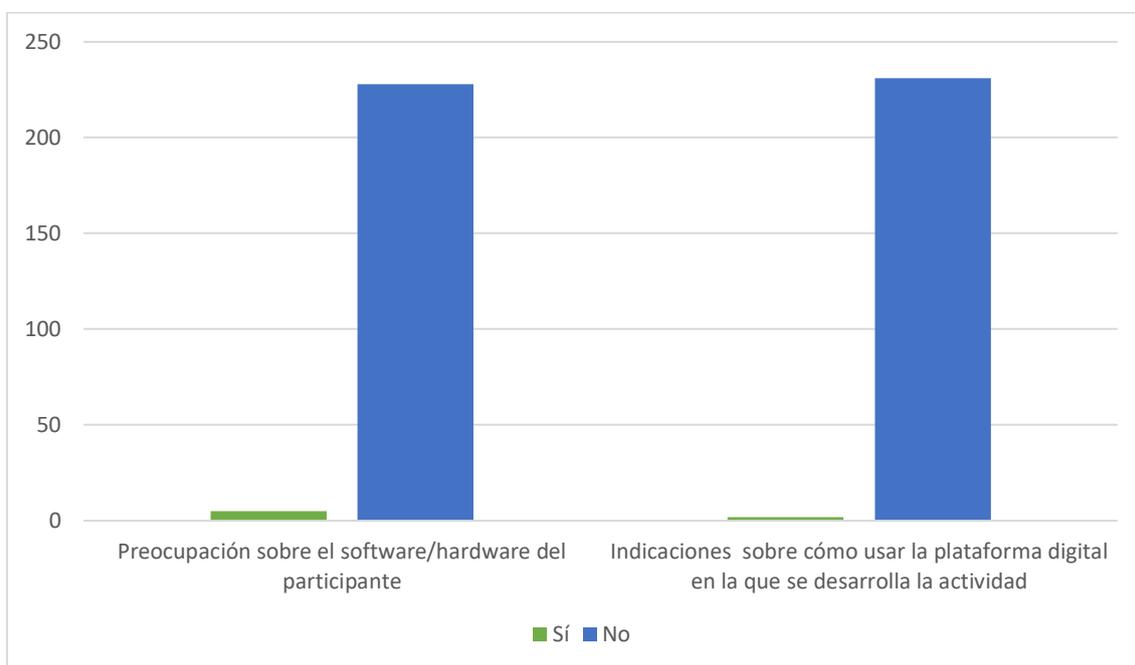
Una vez promocionada la actividad en el marco digital, prácticamente todas las instituciones (99%) utilizaban una plataforma de emisión audiovisual para retransmitir su actividad, sin informar sobre el uso de la plataforma. Por consiguiente, no facilitando la participación ciudadana y pidiéndole que supieran sobre los conocimientos y habilidades técnicas y prácticas de cada una de ellas.

Por un lado, las necesidades técnicas entiéndase si había necesidad, para participar en la actividad, de descargar un programa en el ordenador o si tiene su homónimo en aplicación para tablet y/o teléfono, características necesarias del hardware para su instalación, configuración de cámara/micrófono/altavoces, o cualquier otro requisito que fuera imprescindible durante el desarrollo de la actividad. Y por otro lado las necesidades prácticas, desde el paso más elemental como es la explicación de qué es esa plataforma a la que se van a conectar para ver la actividad (nombre, descripción,

coste, privacidad), hasta atendiendo al uso de la herramienta sobre cómo colocar un fondo en la pantalla para evitar que se vea el fondo del habitáculo, conexión y desconexión del micrófono y/o la cámara, uso del chat para dialogar, información sobre si es grabada la sesión, introducir nombre del participante, uso de iconos u otras interacciones, etc.

Queremos realizar una apreciación, destacable en que algunas entidades sociales, nos han mostrado su preocupación al no tener las propias organizaciones recursos propios para afrontar este salto digital, y por consecuencia con dificultad para llevar a cabo las actividades digitales, incluso encontrándose problemas para teletrabajar en su rutina por la falta de recursos tecnológicos, así como la necesidad de formación de su personal, encontrándose con una realidad donde se les demanda que continúen con sus servicios, tanto por parte de la ciudadanía como por parte de las administraciones para que sigan desarrollando su misión, pero sin tener un apoyo para poder hacerlo realidad.

Gráfico 2. Preocupación /Indicaciones

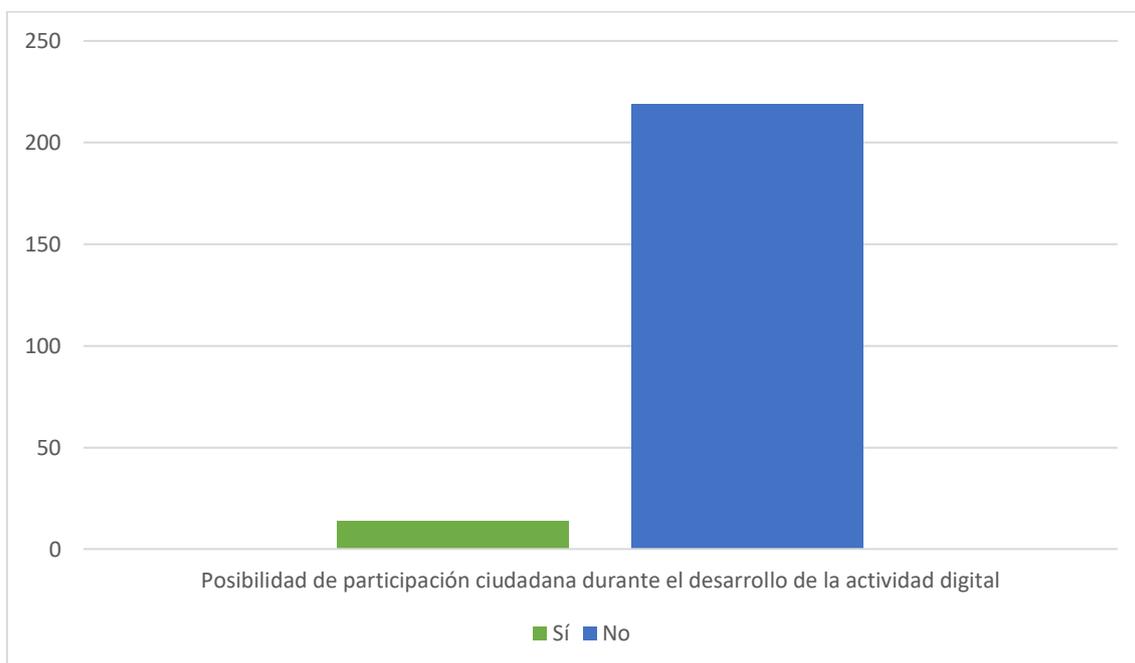


Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta los anteriores resultados, el análisis sobre la participación de la ciudadanía en actividades de organismos públicos y organizaciones es

considerablemente paupérrimo, el 94% de las actividades no permiten la participación ciudadana durante las actividades. Sin amoldar los contenidos de la actividad, sin ofrecer herramientas de conexión ni explicaciones para que la ciudadanía participe, no es de extrañar que una vez situamos a la persona en la actividad, su rol es claramente el de espectadora frente a una pantalla, relegando la participación a un turno de presentación previo al comienzo de la actividad (si la asistencia es reducida) o a un turno preguntas al final de la actividad si el tiempo lo permite. Los organizadores invierten recursos en que la ciudadanía participe pero no les ofrece los foros adecuado para ello, les ceban a contenidos, sin permitirles expresarse, cuestionar o participar. El ámbito digital dispone de herramientas que ofrecen posibilidades para que la distancia no sea un problema en cuanto a la participación, y un 6% así lo ponen de manifiesto, donde tienen en cuenta a la persona que está detrás de la pantalla poniéndola como protagonista de la actividad, y no como un número más para conseguir un objetivo.

Gráfico 3. Posibilidad de participación



Fuente: Elaboración propia

Recopilando los resultados anteriores, y el trabajo realizado, disponemos de diferentes iniciativas a tener en cuenta por administraciones públicas y organizaciones para la implementación de actividades para la ciudadanía.

Tabla 4. Iniciativas

| CATEGORÍA | INICIATIVAS |
|--|--|
| Transformación de la actividad presencial a digital | <ul style="list-style-type: none"> - Adaptación de los contenidos que se impartirían presencialmente, controlando la duración. - Disponibilidad del material impartido en formato imprimible. - Envío del contenido previamente, y centrar la conexión digital para la interacción. |
| Opciones para participar en la actividad. | <ul style="list-style-type: none"> - Cesión de materiales, como una biblioteca, de ordenador/tabletas/pendrive con Internet. - Retransmisión en salas/aulas de la actividad, manteniendo la distancia. - Grabación de la actividad para su visionado online, y/o compartirlo mediante USB prestado. - Optar por otras vías de comunicación, no solo plataformas audiovisuales. - Uso de herramientas digitales participativas: concurso de preguntas, respuestas anónimas, panel de expresión, turno de pregunta por sorteo, etc. |
| Grado de participación | <ul style="list-style-type: none"> - Formación previa para el uso de la herramienta/canal en la que se va a impartir la actividad, tanto en el ámbito técnico como en el práctico. - Formación de las personas organizadoras en herramientas digitales de participación ciudadana. |

Fuente: Elaboración propia

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La pandemia ha tomado por sorpresa a todo el mundo, pero aún más a las organismos públicos y organizaciones sociales, cuyo salto a la esfera digital se ha visto acelerado en apenas unos meses para continuar con la implementación de programas dedicados a la población en materia de educación, empleo, emprendimiento, entre otras áreas.

Los resultados señalan como solución rápida a las circunstancias la de aplicar las mismas actividades que se imparten o impartirían de forma presencial, *in situ*, transmitidas por video en directo, convirtiéndose la actividad más bien en un contenido audiovisual que visionar, con escasa participación por los/as receptores, que una oportunidad de innovar y propiciar la participación. Entiéndase esta solución aceptable como primera respuesta

ante el desconcierto del confinamiento de la población o las medidas para la protección de la salud, pero cuando se ha asentado la “nueva normalidad” no pueden usar como excusa la situación pandémica para no innovar y propiciar la participación ciudadana en el ámbito digital, por consiguiente, podemos confirmar que la pregunta PI1 ¿las actividades presenciales se transfieren al ámbito digital sin adaptarse? Es afirmativa, no cambia la estructura de las actividades, que pensadas en un primer momento para ser presencial, pasan con las mismas características a ser emitidas en directo vía plataforma audiovisual.

Por otro lado, al quedarse las actividades básicamente en la emisión de la acción, quedan en el olvido las herramientas de participación, trabajo grupal, foro de discusión, juego de roles, entre otras dinámicas, con la argumentación de que al ser online no es posible. En contra, nos encontramos que Internet ofrece una infinidad de herramientas que permiten la participación, pero para ello los/as profesionales deben formarse, practicar y sentirse cómodos con las mismas. La innovación debe estar presente en las actividades, conversaciones, programas de televisión, prensa, prácticamente la realidad pre-covid.19 ya se nutría de Internet con contenidos de todo tipo de formato, por lo que no es excusa para interaccionar con la población, por tanto no hablamos de un problema en el canal, si no de formación en el emisor. Por tanto, ante la pregunta PI2 ¿existen activadores para fomentar la participación? Aseguramos que Internet sí que cuenta con recursos y herramientas para fomentar la participación, pero las entidades organizadoras de las actividades no han querido utilizarlas, no disponen de los conocimientos para implementarlas o carecen de recursos humanos/económicos que les facilite el acceso a estas herramientas/metodologías de participación ciudadana online.

Con respecto a las necesidades del sector, se ha dado por hecho que la ciudadanía posee ordenador, acceso Internet y teléfono inteligente para poder involucrarse en las actividades. En 2019, el uso de Internet es una práctica mayoritaria en los jóvenes de 16 a 24 años, con un 99,2% en los hombres y un 99,0% en las mujeres. Al aumentar la edad desciende el uso de Internet en hombres y mujeres, siendo el porcentaje más bajo el que corresponde al grupo de edad de 65 a 74 años (un 63,7% para los hombres y un 63,5% para las mujeres). Las viviendas que no disponen de Internet, señalan como

principales motivos: porque no lo necesitan (75,5%), por falta de conocimientos para usarlo (51,3%) y por los altos costes del equipo (28%). El 80,9% de los hogares con al menos un miembro de 16 a 74 años dispone de algún tipo de ordenador (de sobremesa, portátil o tablet) (INE, 2020). Teniendo en cuenta que solamente se disponga de un dispositivo, crece el problema del uso al sumar la educación, el teletrabajo y ocio en general. Por todo lo anterior, la cuestión PI3 ¿Ofrecen una solución en cuanto a herramientas tecnológicas o de alfabetización digital para acceder a la actividad? Es negativa. Nos encontramos ante una contradicción, puesto que antes de la pandemia las instituciones y entidades analizadas disponían de cursos de formación en el ámbito digital, acceso a ordenadores con Internet, apoyo en gestiones online, y sin embargo en plena pandemia donde organizaban actividades en el ámbito digital no ha habido una preocupación en el lanzamiento de dichas actividades: no ofrecían información sobre el canal, no existía una nota sobre si tenías problemas para acceder a la actividad, nulo apoyo personal que guíe a las personas para que puedan participar, etc.

En definitiva, tras los datos mostrados en el presente artículo la ciudadanía no está todo lo conectada que quisiera, instituciones y organizaciones deben concienciarse en la estructuración de una actividad online, para no crear exclusión digital, dado que estas mismas instituciones y entidades querrán contar con la ciudadanía en un futuro, y en ese momento deberán invertir mayores esfuerzo en conseguir la confianza de una participación ciudadana desconectada.

6. REFERENCIAS

ALMANSA-MARTÍNEZ, A., VAN-ZUMMEREN, G. y HARO, R. (2019). Funcionalidades de Moodle y Edmodo en las enseñanzas medias y superiores. *SEECI*, 50. Recuperado el 1 de septiembre, de 2020, de <https://doi.org/10.15198/seeci.2019.50.87-105>

ARENAS ARIAS, G.J. (2020). Estrella Montolío y Mario Tascón, el derecho a entender. La comunicación clara, la mejor defensa de la ciudadanía. *Eunomía. Revista en Cultura de la Legalidad*, 19, 623-629. Recuperado el 17 de octubre de 2020, de <https://doi.org/10.20318/eunomia.2020.5736>

BARDIN, L. (1986). *El análisis de contenido*. Madrid: Akal.

BERELSON, B. (1952). *Conten Analysis in Communication Researches*. France: Glencoe III, Free Press.

BOJA (2020). *Orden de 13 de marzo de 2020, por la que se adoptan medidas preventivas de salud pública en la Comunidad de Andalucía como consecuencia de la situación y evolución del coronavirus (COVID-19)*. Recuperado el 8 de septiembre de 2020, de <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2020/505/1>

CALDEVILLA, D. (2009). Democracia 2.0: La política se introduce en las redes sociales. *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 3(2), 30-37. Recuperado el 1 de septiembre de 2020, de <https://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/16073>

CANCA, J. (2020). La triple falta. *EPALE - Plataforma electrónica dedicada a la enseñanza para adultos en Europa*. Recuperado 3 de septiembre de 2020, de <https://epale.ec.europa.eu/es/blog/la-triple-falta>

CAÑADAS, F. J. (2017). *Teletrabajo: Revisión teórica y análisis jurídico-laboral*, 205–207. Recuperado el 29 de agosto de 2020, de <https://hera.ugr.es/tesisugr/2675244x.pdf>

CAPGEMINI (2020). La COVID-19 deja al descubierto los problemas de la brecha digital. *Capgemini.com*, 1-4. Recuperado 6 de julio de 2020, de <https://www.capgemini.com/es-es/news/estudio-de-capgemini-la-covid-19-deja-al-descubierto-los-problemas-de-la-brecha-digital/>

CARRERA, V. (2020). El derecho a entender. *La nueva crónica.com*. Recuperado 11 de octubre, de 2020 de <https://www.lanuevacronica.com/el-derecho-a-entender>

CENTROS PARA EL CONTROL Y LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES (2020). *Actividades diarias y salidas*. Recuperado 14 de octubre de 2020, de <https://espanol.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/daily-life-coping/going-out.html>

OECD, (2020). *COVID-19 y el sector minorista: impacto y respuestas políticas*. Recuperado 8 de octubre de 2020, de <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/covid-19-y-el-sector-minorista-impacto-y-respuestas-politicas-886315e6/>

EUROPA PRESS (2020). *El PIB caerá entre un 0,6% y un 4,5% con medidas por el Covid-19 y hasta un 8% sin ellas, según Fedea y BBVA*. Recuperado 8 de octubre de 2020, de <https://www.europapress.es/economia/macroeconomia-00338/noticia-pib-caera-06-45-medidas-covid-19-ellas-fedea-bbva-20200326170935.html>

EPDATA.ES (2020). *Número de ERTes presentados en las consejerías autonómicas de Trabajo. Por el parón económico debido al coronavirus*. Recuperado el 11 de septiembre de 2020, de <https://www.epdata.es/numero-ertes-presentados-consejerias-trabajo-autonomicas/5b010537-339f-4636-966f-bcd63c330d8a>

GONZÁLEZ DE MOLINA, I. (2019). *A partir de los 55, analfabetos sin red*. *La Razón*. Recuperado 3 de octubre de 2020, de <https://www.larazon.es/actualidad/20191114/bvx4w757tzgcrp7ysahffzadhe.html>

INE (2018). *6.4 Población que usa Internet (en los últimos tres meses). Tipo de actividades realizadas por Internet*. Recuperado el 31 de octubre, de https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925528782&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout

INE (2020a). *Anexo: impacto COVID-19*. Recuperado el 16 de noviembre, de https://www.ine.es/ss/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application%2Fpdf&blobheadername1=ContentDisposition&blobheadervalue1=attachment%3B+filename%3DDEEC_2020_completo.pdf&blobkey=urldata&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=654%2F372%2FEEC_2020_completo.pdf&ssbinary=true

INE (2020b). *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. Año 2020*. Recuperado el 16 de noviembre, de https://www.ine.es/prensa/tich_2020.pdf

KIHRER, R. (2020). *COVID-19: digital exclusion reality*. Recuperado 1 de septiembre de 2020, de <https://epale.ec.europa.eu/es/blog/covid-19-digital-exclusion-reality>

KRIPPENDORFF, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Paidós. Barcelona.

LA MONCLOA, (2020). *Plan España Digital 2025*. Recuperado el 13 de septiembre de 2020,

de https://www.lamoncloa.gob.es/presidente/actividades/Documents/2020/230720-Espa%C3%B1aDigital_2025.pdf

LÓPEZ, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *XXI, Revista de Educación*, 4, 167-179.

MARÍN, B. (2020). *Cerrar la brecha digital, evitar el desastre*. Recuperado 18 de octubre de 2020, de <https://elpais.com/ideas/2020-10-16/cerrar-la-brecha-digital-evitar-el-desastre.html>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD. (2020). *Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19)*. Recuperado 15 de octubre de 2020, de <https://www.who.int/es/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>

RIFFE, D., LACY, S. y FICO, F.G. (1998). *Analysing media messages. Using quantitative content analysis in research*. Hillsdale, EE.UU.: Lawrence Erlbaum Associates.

RODICIO-GARCÍA, M. L., RÍOS-DE-DEUS, M. P., MOSQUERA-GONZÁLEZ, M. J., y PENADO ABILLEIRA, M. (2020). La Brecha Digital en Estudiantes Españoles ante la Crisis de la Covid-19. *Revista Internacional De Educación Para La Justicia Social*, 9(3), 103-125. Recuperado el 19 de octubre de 2020, de <https://doi.org/10.15366/riejs2020.9.3.006>

SERRANO, L., SOLER, A., y PASCUAL, F. (2020). *El impacto del coronavirus en el mercado de trabajo de las regiones españolas*. Recuperado 5 de octubre de 2020, de https://www.ivie.es/wp-content/uploads/2020/05/Covid19IvieExpress13_El-impacto-del-coronavirus-en-el-mercado-de-trabajo-de-las-regiones-espa%C3%B1olas.pdf

SILVÁN, C. y QUÍFEZ, L. E. (2020). *Efectos y consecuencias de la crisis de la COVID-19 entre las personas con discapacidad*. *Odismet- Fundación ONCE*. Recuperado el 20 de octubre de 2020, de https://www.odismet.es/sites/default/files/2020-07/Informe_EstudioCOVID_19_v3_0.pdf

EUROPEAN COMMISSION (2020). *The Digital Economy and Society Index (DESI)*. Recuperado 10 de octubre de 2020, de <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/digital-economy-and-society-index-desi>

Forma de citar este artículo:

DE LUCAS OSORIO, J. (2020). El espejismo de la participación ciudadana en tiempos de COVID-19. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 10(20), 47-70. Recuperado el __ de _____ de ____, de <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-20-2020-04-47-70>