

Mediaciones sociales

ISSN-e: 1989-0494

<https://dx.doi.org/10.5209/meso.92758> EDICIONES
COMPLUTENSE

Participación política digital y la crisis de la pandemia. Redes sociales y la SUNAT, Perú

Julio Mejía Navarrete¹; Pamela Fabiola Menéndez Córdor²

Recibido: 29 de noviembre de 2023 / Evaluado: 3 de diciembre de 2023 / Aceptado: 3 de diciembre de 2023

Resumen. El artículo analiza la participación política en las redes sociales de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) desde el 2019-2022. Después de la pandemia por COVID-19 el proceso de digitalización se incrementó en las instituciones públicas de manera decisiva. Proceso de ampliación de la ciudadanía que conlleva al desarrollo de brechas digitales pronunciadas, especialmente entre los usuarios con menos educación, menos ingresos económicos y mayor edad. Además, el examen de los emoticones de la red social Facebook, la más utilizada, permite una aproximación a la gestación de un cuadro emocional polarizado en la ciudadanía, entre los que gustan y aceptan la información de la SUNAT y aquellos a los que les molestan y entristecen los mismos contenidos. La investigación es longitudinal, se llevó a cabo una encuesta *pre-test*, se efectuó un análisis de la participación política y de los emoticones a partir del Big data de Facebook.

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

Abstract. The article analyzes political participation in the social networks of the National Superintendence of Customs and Tax Administration (SUNAT) from 2019-2022. After the COVID-19 pandemic, the digitalization process increased decisively in public institutions. Process of expanding citizenship that leads to the development of pronounced digital gaps, especially among users with less education, less income and older age. Furthermore, the examination of the emoticons of the social network Facebook, the most used, allows an approach to the development of a polarized emotional picture in citizens, between those who like and accept the information from the SUNAT and those who are bothered by it, and sadden the same contents. The research is longitudinal, a pre-test survey was carried out, an analysis of political participation and emoticons was carried out using Facebook Big Data.

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

Sumario: 1. Introducción. 2. Aspectos teóricos de la ciudadanía y la desigualdad digital. 3. Consideraciones metodológicas. 4. Participación digital de la ciudadanía en la SUNAT. 5. Emociones en las redes sociales. 6. Conclusiones. 7. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Mejía Navarrete, J.; Menéndez Córdor, P. M. Participación política digital y la crisis de la pandemia. redes sociales y la Sunat, Perú. En Mediaciones Sociales (2023).

Nota biográfica

Julio Mejía Navarrete, docente investigador. Doctor en Sociología. Ejerce la docencia en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y la Universidad Ricardo Palma. Ex Decano de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNMSM. Coordinador de la Cátedra América Latina y la Colonialidad del Poder Aníbal Quijano de la Universidad Ricardo Palma. Ha sido integrante de la CLACSO y fue miembro del Comité Directivo de la Asociación Latinoamericana de Sociología (ALAS). Es docente invitado de varias universidades de América Latina. (Código ORCID: [0000-0002-4170-5643](https://orcid.org/0000-0002-4170-5643))

Pamela Fabiola Menéndez Córdor, es doctoranda en Sociología y Antropología por la Universidad Complutense de Madrid, magíster en Comunicación Social por la Universidad Complutense de Madrid (UCM) y licenciada en Sociología por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Tiene 10 años de experiencia en el sector

¹ Universidad Ricardo Palma (Perú)

E-mail: julio.mejia@urp.edu.pe

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4170-5643>

² Universidad Complutense de Madrid (España)

E-mail: pamelafim@ucm.es

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1306-4380>

privado, desarrollando actividades de gestión, monitoreo y seguimiento de programas y proyectos, dirigidos a poblaciones en situación de vulnerabilidad (Código ORCID: [0000-0003-1306-4380](https://orcid.org/0000-0003-1306-4380))

1. Introducción

Los canales digitales se convirtieron en herramientas claves para los ciudadanos del Perú, especialmente durante la pandemia por el COVID-19, permitiendo el acceso a diferentes instituciones y servicios de manera virtual, facilitando su funcionamiento y la realización de trámites desde cualquier lugar y en cualquier momento. Es decir, fue la forma en que las entidades estatales y/o privadas siguieron desarrollando sus actividades, entre ellas tenemos: trabajo, justicia, educación, salud, comercio, tributación. Desde entonces, gran parte de las operaciones del Gobierno Electrónico sigue efectuándose mediante la utilización intensiva de las redes sociales, especialmente en el funcionamiento (informativo, interacción y transacción) de los servicios públicos.

El trabajo desarrolla una investigación inicial sobre la participación política digital durante las diversas fases de la pandemia por el COVID-19 en los usuarios de redes sociales de la SUNAT en el periodo 2019-2022. Primero, interesa analizar el tránsito de las formas de participación presencial hacia las formas hegemónicas digitales, potenciado a partir de la fase crítica de las políticas de encierro de la pandemia. Segundo, se describe la gestación de las brechas digitales a partir de las características diferenciadas de educación, edad e ingresos en la ciudadanía digital. Y tercero, a partir de los emoticones de Facebook de la SUNAT se busca explorar las tendencias emocionales de la población. En ese sentido, el artículo busca exponer la participación política digital en el Gobierno Electrónico de la SUNAT, las brechas democráticas que se desprendan de ese proceso y las distintas expresiones emocionales -emoticones - respecto a la información digital.

El trabajo desarrolla una investigación de carácter longitudinal, combinando las encuestas *pre-test*, y utilización de datos Big data utilizando el software *CrowdTangle* y posterior análisis de las emociones a través de los emoticones utilizados por los usuarios de Facebook de la Sunat.

Finalmente, es necesario mencionar que el texto presenta resultados parciales del proyecto de investigación “La desigualdad digital y ciudadanía en las redes sociales. Caso peruano 2019-2022”, desarrollado en la Universidad Ricardo Palma de Lima.

2. Aspectos teóricos de la ciudadanía y la desigualdad digital

La ciudadanía y la desigualdad digital es una de las temáticas más debatidas y con un desarrollo importante en la literatura especializada en las últimas décadas. Sin embargo, en el Perú los trabajos son escasos y todavía limitados a un plano ensayístico.

Entre los estudios generales cabe destacar el trabajo de Castells (2009) quien nos introduce a las formas de comunicación bajo la hegemonía de las formas virtuales entre los ciudadanos del siglo XXI. Otra investigación fundamental es la de Robles y Córdoba (2019) que examinan la comunicación política mediante la expansión de la opinión pública en red que posibilitan el desarrollo de la ciudadanía digital.

En esa dirección, un concepto clave es la ciudadanía digital expuesto por Robles (2009), apoyándose en el caso español, que introduce la expansión de los derechos sociales y políticos en el espacio digital, lo cual puede acarrear formas de participación innovadoras y peligrosas de desigualdad sociales. Por otro lado, Jenkins (2006) ha enfatizado en la noción de “alfabetización transmedia” como una forma de ciudadanía digital, indispensable para poder navegar y comprender diferentes tipos de medios y plataformas con el objetivo de participar plenamente en la cultura digital. Y por su parte, Kellner (2006) ha discutido la importancia de la ciudadanía crítica en la era digital que implica la capacidad de analizar y cuestionar los mensajes que se encuentran en línea y comprender cómo se utilizan estos contenidos en su influencia en la sociedad.

Además, un punto central en el estudio del gobierno digital es el desarrollo de las brechas digitales. Para Camacho (2006) la brecha digital es probablemente uno de los aspectos centrales del impacto social de las tecnologías de información y comunicación (TIC), generando diferencias en las oportunidades digitales y distancias sociales entre las poblaciones. Por su parte, Norris (2015) introduce la concepción de brecha democrática, al considerar los efectos del uso político de Internet como un elemento axiológico de las desigualdades tecnológicas, en términos de la disposición de optar por las ventajas que supone la utilización política del internet. También, Robles et al. (2012) señalan que hay variables relacionadas con las actitudes y las creencias hacia la política, particularmente las sociodemográficas con la participación política en las redes sociales. La división democrática (Norris 2015; Min 2010) no sólo implicaría la distribución desigual de los beneficios que conllevan los usos políticos de internet, sino que también tendría importantes consecuencias en términos de la ciudadanía.

En ese sentido, Schlozman, Verba y Brady (2012) desarrollan la teoría de la participación digital desigual que describe la brecha democrática como producto de la desigualdad en la participación política digital; por ejemplo, los más ricos y altamente educados tienen una participación alta en comparación con otros grupos, los

pobres y menos educados. Estas observaciones pueden complementarse con la teoría de la acción racional de Verba y Nie (1972), quienes argumentan que la brecha democrática se debe a las diferencias en la percepción de la eficacia política entre los grupos sociales. Mientras que para Dahl (1989), la teoría de la poliarquía sugiere que la brecha democrática se debe a la concentración de poder en manos de unos pocos, limitando el acceso y la influencia de los ciudadanos comunes en la política. El efecto desigualitario del uso político de Internet se produce, principalmente, en la medida en que este medio ayude a unos ciudadanos y no a otros a empoderarse (Van Dijk, 2006).

Por último, siguiendo el papel de las emociones en las conductas sociales (Sandal 2020) y políticas (Nussbaum 2014; Illous 2023) se han desarrollado estudios de su influencia en el comportamiento en las redes sociales. La experiencia emocional se vincula estrechamente con la capacidad para gestionar las redes digitales (Bazarova et. al, 2015). También existe un amplio consenso científico sobre los efectos del emotivismo en la política, especialmente en el campo de la comunicación y la participación en las redes sociales (Szabó, 2020); es así como se ha estudiado el aumento del componente emotivo en los debates políticos, para producir, procesar y generar respuestas en los discursos políticos (Verbalyte, 2018; Zhang y Clark, 2018). Arias (2006) investiga de manera interrelacionada digitalidad y afectividad como fenómenos imprescindibles para comprender el proceso de cambio que están experimentando las sociedades contemporáneas.

3. Consideraciones metodológicas

La investigación sobre el acceso ciudadano a la SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria) es longitudinal referida al periodo trazado por la influencia de la crisis de la pandemia por el COVID-19, delimitando cuatro fases: la primera corresponde al momento de prepandemia, la segunda incumbe a la situación crítica de la cuarentena entre el 16 de marzo al 01 de julio de 2020, la tercera se manifiesta cuando se establecieron las medidas de levantamiento de restricciones entre el 02 de julio y el 30 de octubre de 2020, y la cuarta abarca propiamente la post pandemia hasta el año 2021.

El diseño metodológico implicó la realización de encuesta *pre-test* que se aplicó a la población residente en Perú de 18 a más años, de ambos sexos y usuarios virtuales de los servicios de la SUNAT, la muestra de la prueba piloto es de 110 personas buscando explorar el acceso y capacidades de los usuarios digitales. También, se recurrió al análisis de los datos presentados en la Memoria Institucional de la SUNAT para determinar las formas de comunicación presenciales y de las redes sociales.

En cuanto al análisis de datos Big data, facilitó el estudio de grandes conjuntos de información relacionada con los contenidos de las publicaciones de la SUNAT en los periodos previos, durante y posteriores a la pandemia del COVID-19. Cabe señalar que los datos de la red social Facebook, la más utilizada por los usuarios de la institución, se obtuvieron mediante el uso del software *CrowdTangle*. También, a partir de esa data se llevó a cabo el análisis de los *emoticons* lo que facilitó la introducción al análisis del cuadro de las emociones en la ciudadanía digital para encontrar algunas tendencias de polarización afectiva.

4. Participación política digital de la ciudadanía en la SUNAT

La pandemia por el COVID-19 ha potenciado la utilización de las redes sociales en las instituciones del Estado y, de manera particular, en la SUNAT. Las redes sociales han posibilitado que las entidades del Estado se acerquen a la ciudadanía de manera virtual para poder seguir operando, generando que se transformen en el vínculo de comunicación principal de la ciudadanía. En los últimos años, especialmente durante y después de la pandemia, la SUNAT viene impulsando la masificación de sus servicios de orientación y de trámites a través del canal virtual.

Tabla N° 1. Formas de comunicación entre la ciudadanía y la SUNAT, 2018-2022 (En millones)

	Atención presencial	Atención telefónica	Transacción virtual	Interacción en redes	Cantidad de seguidores en redes
2018	7.5	3.3	29.9	1.2	0.59
2019	8.4	3.4	34.2	1.96	0.77
2020	2.9	3.3	35.4	3.28	1.13
2021	2.7	3.7	35.18	2.26	1.31
2022	3.0	3.7	43.83	6.39	1.68

Fuente: SUNAT (2018, 2019, 2020, 2021 y 2022)

La comunicación ciudadana en la SUNAT se orienta en las modalidades de atención presencial, telefónica, transacciones virtuales, interacción en las redes y seguidores en las redes. En la Tabla N°1 se observa que la comunicación presencial tiende a disminuir, en particular desde el momento crítico de las políticas de confinamiento por la pandemia por el COVID-19 en el año de 2020, mientras que la atención telefónica se muestra relativamente estable durante el periodo de 2018-2022. En cambio, las formas de comunicación virtual se expanden constantemente; primero, crecen las transacciones de la página Web de la SUNAT pasando de 29.9 millones en 2018 a 43.83 millones en 2022, operaciones para realizar trámites de documentación tributaria -RUC, Comprobante de Pagos, Declaración Jurada y otros-; segundo, se desarrollan las interacciones en las redes sociales de la SUNAT -reacciones, comentarios y compartidos- que se expanden de 1.2 a 6.4 millones para el mismo periodo; y tercero, se incrementa la cantidad de seguidores en las redes de la SUNAT que aumenta a 1.68 millones en 2022. La información muestra el tránsito de la comunicación presencial y telefónica a las formas de comunicación virtual entre la ciudadanía y la SUNAT. Proceso que traza el tránsito de la comunicación interpersonal, seguido por la comunicación de masas mediante la vía telefónica, y se orienta definitivamente hacia la autocomunicación de masas en sus variedades virtuales (Castells, 2004, p. 29), caracterizado por la creciente importancia de las redes de comunicación y tecnología de la información, posibilitando que las personas se conecten, comuniquen e interactúen en todos los ámbitos de la vida; dinámica que describe el paso de las relaciones presenciales a las formas de comunicación unidireccional de la SUNAT con población y su exponencialidad con las relaciones simultáneas en internet, en tiempo real y globalizadas. Todas las formas de comunicación de la ciudadanía con la SUNAT coexisten bajo la hegemonía de la lógica de los mecanismos virtuales.

Las redes sociales de la SUNAT han potenciado las formas de comunicación y desarrollan un espacio de participación política digital. Además del acceso digital a la SUNAT ofrece la posibilidad para que población del país comience a inmiscuirse en los asuntos de la institución, sobre todo en relación a los servicios, informaciones publicadas, debates y reacciones frente a ella. Aunque la participación no se relaciona con la toma de decisiones organizativas de la SUNAT, puede llegar a convertirse en parte central de la consulta y difusión de las decisiones políticas, especialmente en el seguimiento y control. Las redes de la SUNAT permiten desarrollar los derechos ciudadanos, conllevan la expansión de los derechos sociales referidos al acceso a los servicios públicos, los derechos cívicos en relación a las informaciones y los derechos políticos en la evaluación de los contenidos institucionales difundidos.

Tabla N° 2. Números de seguidores de la SUNAT, según red social 2018-2022

Años	Facebook	Twitter	YouTube	LinkedIn	Instagram	TikTok	Total
2018	467,990	49,146	22,025	58,539			597,700
2019	542,006	64,845	30,218	137,713			774,782
2020	727,204	123,105	47,398	230,968			1,128,675
2021	807,533	168,016	65,844	267,937			1,309,330
2022	876,106	202,320	84,669	341,092	100,617	74,434	1,679,238

Fuente: SUNAT (2018, 2019, 2020, 2021 y 2022)

Asimismo, en la utilización de las diferentes redes sociales se destaca los usuarios de la SUNAT de Facebook en todas las fases de la influencia de la pandemia por el COVID-19, seguido de Twitter y, más abajo, se ubican YouTube y LinkedIn. Para el 2022 se incorporan la participación en las plataformas de Instagram y TikTok. En general, el desarrollo de los usuarios de las redes sociales en la SUNAT se consolida con la incidencia de la Pandemia por coronavirus, movimiento que venía desarrollándose desde fines del siglo pasado, posibilitando la expansión de la sociedad red (Castells 2004). Sin embargo, también se observa el mayor incremento de usuarios para el año de 2020, en un 45.7%, durante la fase crítica de las políticas de confinamiento para enfrentar la pandemia por el COVID-19. Esta situación puede identificarse como un punto de impulso de la expansión de la utilización de las redes sociales, proceso que ha seguido su desarrollo y consolidación para los años siguientes.

Durante la pandemia por el COVID-19, la práctica del Gobierno Electrónico en muchos países experimentó un aumento significativo en lo relativo al acceso institucional, debido a la necesidad de implementar medidas de distanciamiento social y restricciones de movilidad para controlar la propagación del virus. En esa dirección, la Cuadro N°3 muestra que las interacciones en la red social Facebook es la más popular de la SUNAT, como se ha mencionado anteriormente, experimentó un aumento notable durante la pandemia pasando de 101,797 de la fase pre-pandemia de enero a marzo de 2020 a 347,723 durante la cuarentena obligatoria, cuando la interacción virtual se volvió 'obligatoria' para la ciudadanía, aunque disminuyendo relativamente en las fases de post-pandemia. De los tipos de relaciones de la población con la SUNAT mediante Facebook para

el periodo estudiado, destacan las reacciones frente a las informaciones de la SUNAT, con un incremento de 47,666 a 120,546, seguido de las informaciones compartidas que pasaron de 46,341 a 103,466 y, más abajo, los comentarios realizados ampliándose de 7,790 a 20,692 de casos. La utilización de Facebook sigue las tendencias mundiales de utilización de las redes sociales (Martínez et al. 2021), por la sencillez de su manejo e informalidad para realizar anotaciones y acotaciones en comparación con las otras plataformas. En cualquier caso, Facebook muestra el canal principal de las redes que contribuye al tránsito de la presencialidad al mundo de la virtualidad, proceso acelerado a partir de la pandemia por el COVID-19.

Cuadro N° 3. Interacción en la red social en Facebook de la SUNAT, 2020-2021 (En miles).

Fases de la pandemia	URL	Total, de interacciones	Comentarios	Compartidos	Reacciones	Tasa de interacciones
Prepandemia 01/01/2020 - 15/03/2020	https://www.facebook.com/252938823195	101,797	7,790	46,341	47,666	0.12%
Pandemia 16/03/2020 - 01/07/2020	https://www.facebook.com/252938823195	347,723	43,733	155,358	148,632	0.35%
Medidas posteriores inmediatas 02/07/2020 - 30/10/2020	https://www.facebook.com/252938823195	246,891	24,825	93,264	128,802	0.13%
Medidas posteriores 31/10/2020 - 31/03/2021	https://www.facebook.com/252938823195	244,704	20,692	103,466	120,546	0.12%

Fuente: Elaboración propia de la base de datos de *CrowdTangle*.

En general, la “nueva normalidad” es un concepto surgido en el contexto de la pandemia por COVID-19 y se refiere a los cambios en la forma de vivir y participar en la sociedad red. Así como la pandemia aceleró la adopción de tecnologías digitales, incluyendo las redes sociales, las plataformas digitales han desempeñado un papel importante en el incremento de la participación política en las instituciones del Estado y la formación de una ciudadanía digital que ha visto desarrollar sus derechos. Un estudio de Telefónica (2021) señala que gran parte de la actividad económica, el sistema educativo, la cultura, el ocio y las relaciones sociales se apoyaron en la conectividad y los servicios digitales. La pandemia por el coronavirus ha mostrado que lo movilizó por las redes sociales no son solo gigas o megas, sino esencialmente es el pulso de una sociedad, abriendo un nuevo momento histórico de digitalización acelerada de la existencia humana.

5. Brechas digitales

El desarrollo de Internet ha facilitado una mayor participación política digital de la ciudadanía en las instituciones estatales, dando lugar a un proceso de mayor transparencia, rendición de cuentas y utilización de herramientas para compartir información. Sin embargo, al mismo tiempo, ha significado la emergencia de brechas digitales por las desigualdades frente a los conocimientos, competencias y habilidades en el manejo de las herramientas virtuales que limitan la realización de operaciones con las tecnologías de comunicación e información (Dahlgren 2009).

Precisamente, los canales virtuales no solo permiten a un sector de los ciudadanos acceder a los contenidos e informaciones de la SUNAT, sino que también pueden representar abrir las posibilidades de la configuración de “brechas democráticas” para grupos importantes de la población. En la encuesta *pre-test* realizada a una muestra de ciudadanos, un 60% señala que la información en Facebook fue clara y resolvió sus dudas, mientras que para otro 40% no le fue posible manejarla; esta situación quizás puede deberse a una limitada capacidad para acceder a los vínculos virtuales de la SUNAT y/o tener menores competencias para el manejo de dispositivos digitales, generando situaciones de desigualdades en la ciudadanía en su relación con la institución, incidiendo en el desarrollo de emociones de frustración y percepciones negativas.

Cuadro N° 4. ¿Te parecía entendible la información brindada en el Facebook de la Sunat? (En porcentajes)

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

Fuente: Encuesta Pre-Test, elaboración propia

De los ciudadanos que acceden a la SUNAT mediante redes sociales, la educación se convierte en una barrera infranqueable para el desarrollo de brechas digitales, pareciera que tienen mayores posibilidades de acceder a Facebook de la institución las personas con mayores niveles de instrucción. La población con menores niveles educativos, particularmente primarios simplemente carecen de las capacidades y destrezas para conectarse con la entidad (Cuadro N°4). De la misma forma, la información muestra que existe una relación fundamental entre el nivel de educación y el acceso a la SUNAT, las personas con niveles más altos de educación tienden a tener más acceso a dispositivos de Internet, especialmente en los grados superiores de técnica completa y universitario.

Si bien el nivel de educación puede estar relacionado con un mayor acceso a la tecnología, esto no necesariamente se traduce en habilidades digitales avanzadas. Las destrezas digitales, como la capacidad para navegar por Internet, utilizar aplicaciones y comprender las informaciones en línea, pueden involucrar, además de los niveles de instrucción, otras características sociales como los grupos de edad y los ingresos. Jenkins (2006) ha propuesto el concepto de “alfabetización transmedia” como una forma del desarrollo de la ciudadanía digital, las personas necesitan ser capaces de navegar y comprender diferentes tipos de medios y plataformas para participar plenamente en la sociedad y cultura digital. Las habilidades digitales, competencias y valores necesarios para participar activamente en la sociedad de la información incluye el acceso a información sobre obligaciones, procedimientos, derechos relacionados con las instituciones políticas.

Cuadro N°5. Habilidades digitales de los usuarios en Facebook (En porcentajes)

Variabes	¿La información subida en la página de Facebook de la SUNAT fue clara y resolvió tus dudas durante la pandemia?		Les ha servido la información de la SUNAT en la pandemia	
	No	Sí	No	Sí
Edad				
18-30 años	33	67	25	75
31-65 años	39	61	15	85
66 y más años	67	33	100	
Grado de instrucción	No	Sí	No	Sí
Educación secundaria completa	38	62	24	76
Educación secundaria incompleta	50	50		
Técnica completa	47	53		100
Técnica incompleta	43	57	13	88
Universidad completa	17	83	20	80
Universidad incompleta	50	50	67	33
Ingresos mensuales	No	Sí	No	Sí
0 – 1050	60	40	17	83
1051 – 2100	44	56	17	83
2101 – 3150	43	57	22	78
3150 y más		100		100

Fuente: Encuesta Pre-Test. Elaboración propia

En ese sentido, el Cuadro N° 5 describe el desarrollo de las capacidades digitales de los ciudadanos en su relación mediante el canal de Facebook de la SUNAT; en general, las habilidades tecnológicas de la población sobre la información en Facebook -les resolvió sus problemas y les fue útil- se relaciona en forma significativa con las principales variables de la edad, educación e ingresos. Primero, las habilidades para utilizar la información de Facebook se vinculan con las poblaciones más jóvenes, especialmente en el grupo de 18-30 años, seguido de cerca por el de 31-65; contrariamente, las poblaciones de 65 a más edad su capacidad del manejo de la información disponible es casi nula y/o no han podido utilizar sus contenidos. Segundo, a mayor educación de la ciudadanía hay más habilidades para utilizar la información formulada por la SUNAT y, correspondientemente, a menores niveles de instrucción de la población sus pericias tienen a ser menores. Y tercero, se observa que cuando los ciudadanos tienen más ingresos, hay mayores desenvolvimientos para conocer y utilizar la información política en Facebook. En general, la relación entre el acceso de internet y el nivel educacional se mantiene cuando se comparan las variables de grupos de edad e ingresos, siendo la participación política de la ciudadanía mayor cuando la población es más joven, tiene mejores niveles educativos y posee más ingresos económicos, además de tener mayores habilidades para utilizar la información de la SUNAT, en términos de su comprensión, solución de dudas y utilidad. En forma contraria, la participación política de la ciudadanía es inferior cuando la población es más vieja, tiene menores grados de instrucción e ingresos bajos, aquí aparecen las tendencias de serias limitaciones en el acceso de la población a Facebook de la SUNAT y conllevan la emergencia de las brechas digitales. De esa manera, en la ciudadanía peruana las brechas digitales aparecen moldeadas por la incidencia importante de las características sociales educativas, edad e ingresos.

La experiencia tecnológica de los ciudadanos y la SUNAT permite trazar no solo la participación política sino, principalmente, el desarrollo de diferencias digitales en la población peruana en el acceso, uso e influencia de los sectores con grados menores capaces para la utilización de las tecnologías de la información de Facebook. Estas diferencias pueden localizarse especialmente en los grupos de mayores de edad, sobre todo los de 66 años a más, en los grados de instrucción primaria o secundaria incompleta y también en el grupo de personas con menores ingresos de la población peruana. Las poblaciones más vulnerables en su relación con la SUNAT, con menor acceso a las redes sociales, menor comprensión y utilización de la información no se exponen solo las brechas digitales, sino que su situación incide en sentimientos de exclusión de estos espacios de debate público, lo que disminuye su participación y su potencial influencia en la toma de decisiones.

5. Emociones en las redes sociales

Las emociones vienen adquiriendo una creciente importancia en las investigaciones de distintas ramas del saber (Damasio 2018), singularmente en relación al fenómeno populista (Illouz 2023) y de los estudios en Comunicación digital (Arias 2016; Papacharissi 2015), aquí la participación política, la expresión emocional y de sentimientos pueden incluso condicionar e intensificar el pensamiento razonado. Estas dinámicas emocionales facilitan la construcción de vínculos de afinidad que ayudan a los usuarios a identificarse y compartir símbolos, valores o ideas que promueven la acción colectiva (Mateus, 2019; Nussbaum, 2014). Los afectos constituyen un rasgo característico de lo político (Slaby y Bens, 2019), las relaciones de los ciudadanos con instituciones dependen, en gran parte, de formas concretas de emotivismo, materializadas en cuadros de sentimientos y orientaciones emocionales imperantes (Slaby y Bens, 2019).

Las transformaciones de la práctica política va más allá de un giro epistemológico, implica una dinámica más amplia de reconfiguración de la estructura social, el individualismo, el debate público personalizado, la porosidad entre espacios público y privado, la polarización y el predominio de lo audiovisual sobre la palabra escrita en un horizonte dominado por el desarrollo emocional (Arias, 2016; Arfuch, 2016).

En la dinámica de la participación política digital los emoticones de Facebook muestran la reacción subjetiva espontánea de los ciudadanos sobre las informaciones de la SUNAT. Los emoticones, más que un simple medio de comunicación tratan de un espacio virtual que habitamos y que nos influye (Lasén, 2014), una dinámica particularmente evidente en las redes sociales, aunque no de carácter exclusivo, pues están diseñados precisamente para crear, mantener y orientar los vínculos, convirtiendo estas plataformas de sociabilidad en una de las manifestaciones más representativas de la Web 2.0.

Cuadro N°6. Emociones en Facebook SUNAT / análisis por emoticones (En miles)

Fechas	Me gusta 	Amor 	Risa 	Tristeza 	Molestia 	Me importa 	Sorpresa 
Prepandemia 01/01/2020-15/03/2020	43,846	859	871	193	1,159	1	737
Pandemia 16/03/2020-01/07/2020	137,528	4,003	1,003	177	2 77	1,052	2,099
Medidas posteriores inmediatas 02/07/2020-30/10/2020	123,677	2,915	530	168	421	602	489
Medidas posteriores 31/10/2020-31/03/2021	112,655	1,671	1,452	478	1,834	306	2 15

Fuente: Elaboración propia de la base de datos de *CrowdTangle*.

El análisis permitió establecer que en las diversas etapas de la pandemia las calificaciones emocionales realizadas por la ciudadanía en los emoticones de Facebook de la SUNAT indican un crecimiento significativo, resultado del avance de la utilización de las redes sociales en la vida cotidiana (Cuadro N°6). Sin embargo, se destaca en la fase crítica de la pandemia -durante las políticas de confinamiento- una expansión exponencial en la utilización de los emoticones que los momentos posteriores han reafirmado su crecimiento. También, se observa que el grupo de los emoticones más utilizados son “Me Gusta”, “Me Encanta”, “Me da Risa” y “Me Molesta” y más abajo se encuentran “Me entristece”, “Me importa” y “Me asombra”. Quizás, las mayores calificaciones realizada por la ciudadanía de emoticones describe una polarización de las emociones generadas con respecto a la información de la SUNAT; por una parte, puede destacarse la aceptación y conformidad de los contenidos que presenta la institución y, por otra parte, se subraya la molestia y el sarcasmo frente a los mismos mensajes por otro sector de la población; y en los menores niveles de utilización de los emoticones despiertan emociones ligadas al asombro de algo nuevo que todavía no sabe cómo calificar o se trata de una información que no le conviene utilizar. En esta perspectiva teórica, Papacharissi (2015) enfatiza que los espacios en red se forman nodos que conectan efectivamente a los usuarios basándose en narrativas simples con altos niveles de polarización y que desplazan los relatos deliberativos o los discursos basados en la razón, aumentando fuertemente el contagio de afectos, intercambio de expresiones emocionales denominado como sintonía emotiva, un fenómeno que se aleja de la deliberación y la acción colectiva tradicional, conllevando nuevas formas de participación en función de las características de las tendencias afectivas.

En esa dirección, siguiendo a Damasio (2018) las emociones que expresan los emoticones de Facebook con respecto a la información de la SUNAT pareciera que se orientan en forma polarizada entre la búsqueda de la felicidad y alegría en sus diversas variaciones -“Me Gusta”, “Me Encanta”, “Me da Risa” y “me importa”- con respecto de las formas opuestas de repulsión y tristeza -“Me Molesta” y “Me entristece”-, pasando por sensaciones de “Me Asombra” que emerge sin poder calificar aún los contenidos de la noticia de la institución. Polarización emocional que podría expresar la gestación conflictiva de formas de participación política ciudadana y de desigualdad digital frente a las instituciones del estado en el Perú.

Para Sunstein (2017) las tecnologías digitales permiten a los ciudadanos generar estrategias tecnológicas para seleccionar activamente la información que consumen y los contactos y relaciones emocionales que establecen. En el contexto de la comunicación política digital, los ciudadanos tienden a consumir información que refuerza sus propias opiniones e igualmente a establecer contactos con personas que comparten preferencias emocionales (Vaccari et al., 2016). De esta forma, podría la polarización ser consecuencia de la exposición emocional de los contenidos y relaciones ciudadanas. Por último, siguiendo a Robles, et al. (2020) y de acuerdo a los resultados del estudio se muestra cómo los ciudadanos tienden a polarizar sus actitudes y afectividades en los debates políticos en redes, no sólo en función de la posición de los agentes más relevantes, sino principalmente en consonancia con las posiciones de otros ciudadanos en relación al Gobierno Electrónico.

6. Conclusiones

La investigación expone que los canales virtuales de la SUNAT han fomentado diversas modalidades de comunicación digital y expandido un espacio de participación de la ciudadanía. Tendencia que venía desarrollándose desde fines del siglo pasado y tiene como momento decisivo de aceleración en la utilización de las redes sociales el año de 2020, durante la fase crítica de las políticas de confinamiento para enfrentar la

pandemia por el COVID-19, proceso que ha seguido su desarrollo y consolidación para los años siguientes. Participación política, sobre todo, que posibilita el acceso de los servicios, informaciones, debates públicos y reacciones frente a las actuaciones de la SUNAT. Aunque la participación ciudadana no se relaciona directamente con la toma de decisiones, puede revelarse como un aspecto fundamental de la consulta y difusión de las decisiones políticas, particularmente en el seguimiento y control.

Este caso de estudio confirma que la expansión de la participación ciudadana en las entidades estatales tiene, a su vez, un componente de desigualdad digital que se profundiza conforme se desarrolla la sociedad red. En particular, la participación política en las redes sociales de la SUNAT tiende a ser superior en la población más joven, con mejores niveles de instrucción y mayores ingresos; y de manera diferente, la intervención de la ciudadanía se vuelve inferior cuando la población es más vieja, tiene menos educación e ingresos deficientes. Pareciera que la constitución de las brechas digitales en la ciudadanía peruana emergen, en gran parte, por la influencia de las características sociales de edad, educación e ingresos.

La ciudadanía no solo se relaciona políticamente con la SUNAT, sino también la evalúan y reacciona emocionalmente ante ella. Las redes sociales son un medio de comunicación y, a la vez, un espacio que influye en la experiencia y subjetividad de los ciudadanos. El análisis de los emoticones proporciona una primera aproximación para la comprensión de la gama de emociones, desde la aprobación hasta desacuerdo y asombro. En ese sentido, las calificaciones realizadas por la ciudadanía de los emoticones expresan una polarización emocional con respecto a la SUNAT; de un lado, se destaca la aceptación y conformidad de “Me Gusta”, “Me Encanta” y “Me da Risa” de los contenidos que presenta la institución y, de otro lado, se pondera la molestia, tristeza y el sarcasmo de “Me Molesta” y “Me entristece” frente a los mismos mensajes por otro sector de la población. La polarización emocional de la ciudadanía peruana mostraría la emergencia de un marco subjetivo contradictorio de la participación política y la desigualdad digital.

La “nueva normalidad” de la expansión de sociedad red implicando un mayor desarrollo de las formas de participación política en las instituciones del Estado, aunque este proceso supone un crecimiento diferenciado con la aparición de brechas digitales e implica un cuadro emocional conflictivo en la ciudadanía.

7. Referencias bibliográficas

- Albornoz, B. y Rivera, M. (editores) (2009). *Experiencias andinas de gobierno electrónico: La problemática de la participación ciudadana*. FLACSO. Quito.
- Arias Maldonado, M. (2016). La digitalización de la conversación pública: redes sociales, afectividad política y democracia. *Revista de Estudios Políticos*, 173, 27-54. DOI: <https://doi.org/10.18042/cepc/rep.173.01>
- Arfuch, L. (2016). El ‘giro afectivo’. Emociones, subjetividad y política. En C. Peñamarín (Coord.), *Emociones en la nueva esfera pública*, 245-253.
- Bazarova, NN, Choi, HY, Sosik, VS, Cosley, D. y Whitlock, J. (2015). Intercambio social de emociones en Facebook: diferencias de canal, satisfacción y respuestas. *Actas de la Conferencia de Trabajo Cooperativo Asistido por Computadora (CSCW 2015)*, 14 al 18 de marzo de 2015. https://www.academia.edu/8737394/Bazarova_N_N_Choi_H_Y_Sosik_V_S_Cosley_D_and_Whitlock_J_2015_Social_sharing_of_emotions_on_Facebook_Channel_differences_satisfaction_and_replies_Proceedings_of_the_Computer_Supported_Cooperative_Work_Conference_CSCW_2015_March_14_18_2015
- Boxell, L.; Gentzkow, M. y Shapiro, J. M. (2017). *Is the internet causing political polarization Evidence from demographics*. Washington, National Bureau of Economic Research.
- Camacho, G. (2006). *El efecto de las redes sociales sobre la interacción de los inmigrantes de México, Centroamérica y el Caribe con los nativos de los Estados Unidos*.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Castells, M. (2004). *La era de la información: economía, sociedad y cultura* (Vol. 1). siglo XXI.
- Chucho, N. V. (2019). *Reflexiones sobre los alcances y limitaciones del Análisis de Redes Sociales a partir del entrecruzamiento de datos secundarios en base a indicadores de gobernanza del Banco Mundial* (Argentina, 1996-2016).
- Damasio, A. (2018). *A estranha ordem das coisas: as origens biológicas dos sentimentos e da cultura*. Editora Companhia das Letras.
- Damasio, A. (1999) *The Feeling of What Happens: Body and Emotion in the Making of Consciousness*. First edition. Harcourt Brace.
- Dahlgren, P. (2009). *Media and political engagement: Citizens, communication, and democracy*. Cambridge University Press.
- Dahl, R. A. (1989). *Democracy and its critics*. New Haven, CT: Yale University Press
- Helsper, E. J. (2016). A sociological approach to digital literacy: Understanding social networking as a cultural practice. *New Media y Society*, 18(4), 593-610. DOI: [10.1177/1461444814538839](https://doi.org/10.1177/1461444814538839).
- Illouz (2023). *La vida emocional del populismo cómo el miedo, el asco, el resentimiento y el amor socavan la democracia*.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.

- Kellner, D. (2000). Habermas, the public sphere, and democracy: A critical intervention. In L. J. Ray y A. S. Rantanen (Eds.), *Global politics and communication* (pp. 31-51). Boulder, CO: Westview Press.
- Lasén, A. (2014). Remediaciones móviles de subjetividades y sujeciones en relaciones de pareja. *Mediaciones Tecnológicas. Cuerpos, afectos y subjetividades*, 19-37.
- Martínez Torralba, Á., Guevara, J. A., Córdoba Hernández, A. M., y Robles-Morales, J. M. (2023). Sintonía afectiva entre políticos y usuarios de redes. El paro nacional en Colombia, 2021. *Tempo Social*, 35, 163-190.
- Mateus, S. (2019). The Double Instance of the Political. Imaginary affects as rhetorical means and structure. *Im@go*, 14, 285-302. DOI: <https://doi.org/10.7413/22818138160>
- Min, S. J. (2010). Internet use and political efficacy: A multi-dimensional operationalization and assessment. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 299-308. DOI: [10.1016/j.chb.2009.10.014](https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.10.014).
- Norris, P. (2015). Movilización política y redes sociales: El ejemplo de la Primavera Árabe. *Infoamérica: Iberoamerican communication review*, (9), 17-36.
- Nussbaum, M. C. (2014). *Las emociones políticas ¿Por qué el amor es importante para la justicia?* (1a ed.). Paidós.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics, sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon y Schuster.
- Rabadán, D. M. (2008). Castells, Manuel (ed.), *La sociedad red: una visión global*. Madrid, Alianza Editorial, 2006, 558 pp. *Historia Actual Online*, (16), 189-191.
- Rheingold, H. (2003). *Smart mobs: The next social revolution*. Basic Books.
- Robles, J. M., y Molina, o. (2007). La brecha digital: ¿Una consecuencia más de las desigualdades sociales? Un análisis de caso para Andalucía. *Empiria. Revista de metodología de las Ciencias Sociales*, (13), 81-99. <https://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/1501>
- Robles Morales, J. M. (2008). *Ciudadanía digital. Una introducción a un nuevo concepto de ciudadano*.
- Robles, J. M., Molina, Ó., y De Marco, S. (2012). Participación política digital y brecha digital política en España. Un estudio de las desigualdades digitales. *Arbor*, 188(756), 795-810. <https://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/1501/1512>
- Robles, J. M. (2017). ¿Por qué la brecha digital es un problema social? *Panorama social*, 25, 9-16. https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_PS/025art02.pdf
- Robles, J. M y Córdoba, A. (2019). *Digital Political Participation, Social Networks and Big Data: Disintermediation in the Era of Web 2.0*. Londres, Palgrave.
- Robles, J. M., Atienza, J., Gómez, D., y Guevara, J. A. (2020). La polarización de “La Manada”. El debate público en España y los riesgos de la comunicación política digital. *Tempo Social*, 31, 193-216. <https://www.scielo.br/j/ts/a/ZFHRgC9nBmzXmRmR4jfJLMM/?format=pdf&lang=es>
- Schlozman, K. L., Verba, S., y Brady, H. E. (2012). *The unheavenly chorus: Unequal political voice and the broken promise of American democracy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Szabó, G. (2020). Emotional Communication and Participation in Politics. *Intersections*, 6(2), 5–21. <https://doi.org/10.17356/ieejsp.v6i2.739>
- SUNAT (2022). Memoria Institucional 2022. Lima: SUNAT <https://www.sunat.gob.pe/cuentassunat/planestrategico/memoria/memoria2022.pdf>
- SUNAT (2021). Memoria Institucional 2022. Lima: SUNAT <https://www.sunat.gob.pe/cuentassunat/planestrategico/memoria/memoria2021.pdf>
- SUNAT (2020). Memoria Institucional 2022. Lima: SUNAT <https://www.sunat.gob.pe/cuentassunat/planestrategico/memoria/memoria2020.pdf>
- SUNAT (2019). Memoria Institucional 2022. Lima: SUNAT <https://www.sunat.gob.pe/cuentassunat/planestrategico/memoria/memoria2019.pdf>
- SUNAT (2018). Memoria Institucional 2022. Lima: SUNAT <https://www.sunat.gob.pe/cuentassunat/planestrategico/memoria/memoria2018.pdf>
- Slaby, J. y Bens, J. (2019). Political affect. En J. Slaby y C. vonScheve (Eds.), *Affective societies: keyconcepts*, 340-351.
- Stefano de Marco (2021). Gobierno electrónico y desigualdad digital: el caso español. <https://www.igi-global.com/article/e-government-and-digital-inequality/290307>
- Sunstein, C. (2017) *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Nueva York: Princeton University Press.
- Telefónica, F. (2021). *Sociedad Digital en España 2020-2021: El año en que todo cambió*. Fundación Telefónica.
- Vaccari, C., Valeriani, A., Barberá, P., Jost, J. T., Nagler, J., y Tucker, J. A. (2016). “Of echo chambers and contrarian clubs: exposure to political disagreement among German and Italian users of Twitter”. *Social Media + Society*, 2 (3): 35-48.
- Van Deursen, A. J., y Van Dijk, J. A. (2009). Using the Internet: Skill related problems in users’ online behavior. *Interacting with Computers*, 21(5-6), 393-402. DOI: [10.1016/j.intcom.2009.07.001](https://doi.org/10.1016/j.intcom.2009.07.001)
- Van Dijk, J. (2006). Digital divide research, achievements and shortcomings. *Poetics*, 34(4-5), 221-235. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2006.05.004>
- Verbalyte, M. (2018). *Deconstruction of the emotional logic of political scandal*.
- Verba, S., y Nie, N. H. (1972). *Participation in America: Political democracy and social equality*. New York: Harper y Row.
- Zhang, L. y Clark, C. (2018). *Affect, Emotion, and Rhetorical Persuasion in Mass Communication*. Routledge