jueves 24 de marzo de 2022

UNED, investigación

La ciudadanía digital española es emocionalmente neutra durante una emergencia sanitaria

La investigación que ha generado el artículo Relevance of e-participation in the state health campaign in Spain: #EstoNoEsUnJuego tuvo como objetivo principal analizar la participación electrónica de la ciudadanía digital en la campaña sociosanitaria #EstoNoEsUnJuego, desarrollada en Twitter durante la pandemia para promover el debate entre los gobiernos, las instituciones públicas y la ciudadanía digital.

Analizar los patrones de comunicación e interacción entre la ciudadanía y los gobiernos, conocer la evolución de las emociones durante los meses del debate de la campaña, analizar las temáticas debatidas y sus emociones asociadas, así como el rol y la implicación personal de la ciudadanía digital en la difusión de una campaña sanitaria fueron los objetivos que se planteó la investigación centrada en la campaña sanitaria **#EstoNoEsUnJuego**, de la cual nace el artículo publicado y firmado por las profesoras de la UNED **Sonia Santoveña Casal y María Dolores Fernández Pérez.**

Según explica **Santoveña Casal**, autora principal y profesora del Departamento de Didáctica, Organización Escolar y DDEE de la Facultad de Educación de la UNED la investigación partía de las siguientes hipótesis: que la campaña sanitaria desarrollada en Twitter promovería el debate y la interacción entre los gobiernos, las instituciones públicas y la ciudadanía digital. Contaba con las emociones negativas que generaría entre la juventud el carácter crítico de la campaña **#EstoNoEsUnJuego**. También se plantearon que existiría una conexión entre las emociones expresadas, las temáticas tratadas en el debate y la evolución de la pandemia. Que la ciudadanía digital se implicaría personalmente en la difusión de la información de salud pública, y que la e-participación sería una condición fundamental para difundir las medidas de seguridad sanitaria en Twitter.

En sus conclusiones, el equipo de investigadores ha apuntado que la difusión de la campaña **#EstoNoEsUnJuego** fue posible gracias a la e-participación que facilitó la conexión entre la Administración pública y la ciudadanía. “Parece que, como afirmaba Stratu-Strelet (2021), tener una buena razón y la existencia de un sistema político democrático favorecen el desarrollo de la e-participación. En síntesis, la conexión entre la Administración pública y la ciudadanía es posible por medio de un proceso de e-participación, que adquiere un rol de ciudadanía digital, responsable y participativa, como elemento esencial para el éxito de una campaña de salud pública difundida a través de una red social como Twitter que, incluso sin demostrar implicación personal a través de sus comentarios, es la principal fuerza motriz para el éxito de la campaña”, señala la profesora de la UNED.

Esta publicación deja varias evidencias sobre la promoción de la salud en España. Tal y como señala **Sonia Santoveña**, el proceso de e-participación ha puesto de manifiesto la importancia del rol de la ciudadanía digital tanto para difundir la campaña, como para hacer llegar las medidas de seguridad preventiva, los datos de la evolución y las noticias relacionadas con la COVID-19 al resto de los usuarios de la red. “No es posible que una campaña de este tipo tenga impacto social si solo contamos con un grupo de afiliados políticos o seguidores concretos de una cuenta oficial de Twitter, es imprescindible la colaboración de la ciudadanía. Por lo que se concluye que la ciudadanía y los gobiernos han puesto en marcha y desarrollado de manera colaborativa una campaña que ha permitido difundir medidas sociosanitarias durante la emergencia sanitaria, un aspecto considerado fundamental durante toda la pandemia.

El artículo destaca que la e-participación ciudadana ha sido un elemento clave en la diseminación de medidas durante una emergencia sanitaria como la pandemia de Covid 19, donde la ciudadanía digital española se ha mostrado emocionalmente neutra en la campaña de Twitter analizada por los investigadores, que concluyen que Twitter es una herramienta útil para la comunicación instantánea en situaciones de crisis.

En opinión de **Santoveña**, la relevancia de esta investigación para la promoción de la salud en España es que “muestra la importancia de fomentar la e-participación como respuesta efectiva en un contexto de emergencia sanitaria, describiendo el proceso de comunicación y los patrones de interacción, las temáticas y el discurso desarrollado en Twitter, así como la relación entre la evolución de las emociones, las temáticas y la pandemia en la campaña sanitaria. Un proceso donde intervienen instituciones privadas, los gobiernos y la ciudadanía”.

Más información