

# Metodología para estudiar los espacios públicos digitales producidos por las instituciones

## Methodology for studying digital public spaces produced by institutions

### *Metodologia para estudar os espaços públicos digitais produzidos pelas instituições*

**Salvador De León Vázquez**, Universidad Autónoma de Aguascalientes, Aguascalientes, México. ([salvador.deleonv@correo.edu.mx](mailto:salvador.deleonv@correo.edu.mx))

---

**RESUMEN** | Se presenta una propuesta de metodología para estudiar los sitios web institucionales considerados como espacios públicos digitales. La fundamentación teórica procede de las discusiones sobre la comunicación pública y la ciudadanía, articuladas con un enfoque sociocultural para el estudio de Internet. Consiste en una metodología mixta, probada, que incorpora métricas evaluativas, una aproximación cualitativa y una estrategia de intervención social. El artículo finaliza con una discusión en la que se reflexiona sobre sus alcances y limitaciones, así como una conclusión en la que establece la naturaleza de su aporte.

**PALABRAS CLAVE:** metodología; Internet; espacio público; comunicación pública; ciudadanía.

---

#### FORMA DE CITAR

De-León-Vázquez, S. (2023) Metodología para estudiar los espacios públicos digitales producidos por las instituciones. *Cuadernos.info*, (54), 45-66. <https://doi.org/10.7764/cdi.54.52653>

---

**ABSTRACT** | *We present a proposal of methodology to study the institutional websites considered as digital public spaces. The theoretical foundation comes from the discussions on public communication and citizenship, articulated with a sociocultural approach to the study of the Internet. It consists of a mixed, tested methodology that incorporates evaluative metrics, a qualitative approach and a social intervention strategy. The article ends with a discussion reflecting on its scope and limitations, as well as a conclusion that establishes the nature of its contribution.*

**KEYWORDS:** *methodology; Internet; public space; public communication; citizenship.*

---

**RESUMO** | *É apresentada uma proposta de metodologia para o estudo de sites institucionais como espaços públicos digitais. A fundamentação teórica procede das discussões sobre comunicação pública e cidadania, articuladas com uma abordagem sociocultural para o estudo de Internet. Consiste em uma metodologia mista e testada que incorpora métricas de avaliação, uma abordagem qualitativa e uma estratégia de intervenção social. O artigo termina com uma discussão refletindo sobre seu escopo e limitações, assim como uma conclusão que estabelece a natureza de sua contribuição.*

**PALAVRAS-CHAVE:** *metodologia; Internet; espaço público; comunicação pública; cidadania.*

## INTRODUCCIÓN

El objetivo general del artículo es presentar una propuesta metodológica para el estudio de los espacios públicos digitales producidos por las instituciones. La propuesta se basa en una formulación evaluativa de tres categorías: informativa, transaccional y comunicativa, constitutivas de una aproximación sociocultural para el estudio de Internet (Fuentes, 2001; Martínez & Thiri6n, 2005; Polat, 2005; Wolton, 2000). Se incorpora una aproximaci6n cualitativa a los agentes productores para identificar las l6gicas productivas, y se complementa con una intervenci6n con organizaciones de la sociedad civil para conocer la eficacia real de los espacios digitales. Sus postulados te6ricos derivan de un enfoque que articula, por un lado, la comunicaci6n p6blica (Demers & Lavigne, 2007) y, por otro, la ciudadan6a (Marshall & Bottomore, 2005). La propuesta puede ser aplicada de manera parcial o en su totalidad, de acuerdo con las necesidades de investigaci6n, e incluso ser combinada con otras propuestas.

La convergencia de pr6cticas para el ejercicio de la gesti6n p6blica en nuestra era tecnol6gica, tales como el gobierno electr6nico, abierto e inteligente, la ciudadan6a digital o la tecnopol6tica, ha contribuido a la creaci6n de espacios p6blicos digitales. Se trata de 6mbitos de participaci6n pol6tica en el ciberespacio en los que hay encuentros de las tres esferas sociales: el Estado, el mercado y la sociedad civil.

Los espacios p6blicos digitales tienen el com6n denominador de usar Internet como plataforma de interacci6n. Por su prop6sito, se despliegan en una ampl6sima variedad, tan vasta como la capacidad que tenemos las personas de conformar comunidades virtuales desde donde los habitamos. Es necesario establecer un recorte anal6tico para obtener precisi6n y rigor metodol6gico, sabiendo que se sacrifica la riqueza de la diversidad para dar cuenta de la especificidad. En este trabajo, el recorte anal6tico pasa por la elecci6n de los espacios p6blicos digitales producidos por las instituciones p6blicas.

La propuesta parte de la idea de que, en un contexto democr6tico, las instituciones del Estado son las garantes de la ciudadan6a (Marshall & Bottomore, 2005; Ram6rez, 1995). Bajo el esquema del gobierno electr6nico y abierto, esas instituciones se encuentran obligadas a contar con sitios web desde los cuales cumplen con las exigencias de la transparencia, la rendici6n de cuentas, las actividades transaccionales, el contacto con los ciudadanos y, a final de cuentas, la comunicaci6n social (Negrete Huelga, 2022).

Estas premisas llevan a considerar que los sitios web institucionales incorporan el fin 6ltimo de las instituciones que los producen: garantizar el ejercicio ciudadano mediante los recursos provistos en su arquitectura. En ese sentido, deber6an ser espacios preparados para que los ciudadanos los apropien y los habiten, porque

El propósito de un Estado más inteligente es proporcionar la teoría y un modelo práctico para ir más allá de la mera transparencia y de la ciudadanía pasiva y avanzar hacia un mundo en el que la ciudadanía esté activa y las instituciones se encuentren “siempre abiertas” (Noveck, 2017, p. 29).

Estas formulaciones son ideales. La aproximación empírica otorga la oportunidad de mirar la manera en la que los contextos o casos específicos se distancian de los planteamientos ideales y comprender por qué sucede así. Ante las afirmaciones normativas, toma relevancia precisar en qué condiciones, mediante cuáles lógicas de producción simbólica, mediante qué prácticas y con cuáles intenciones son generados los espacios públicos digitales de tipo institucional.

Esta propuesta consiste en una aproximación mixta que combina una métrica categorizada de los recursos provistos en los sitios web institucionales, un acercamiento cualitativo mediante entrevistas en profundidad a los desarrolladores de los sitios institucionales y, finalmente, un trabajo de intervención social con organizaciones ciudadanas. La propuesta ya ha sido probada con resultados satisfactorios, presentados en De-León-Vázquez (2015) y De-León-Vázquez y Medina (2013).

Se puede identificar que la estrategia fue diseñada originalmente para estudiar la participación ciudadana en línea a través de los sitios web institucionales de la ciudad de Aguascalientes, México. El objetivo consistía en saber si los recursos colocados en ellos alentaban o inhibían la participación. El estudio incluyó una etapa comparativa con la ciudad de Québec, Canadá, para contrastar entre un caso en transición democrática (México) y otro con una democracia consolidada (Canadá).

## **ANTECEDENTES Y PLANTEAMIENTOS TEÓRICOS**

El estudio de la comunicación institucional a través de Internet, y específicamente la que se realiza mediante los sitios web, es limitado. La revisión bibliográfica muestra que el interés sobre esta temática —que fue relevante a principios del siglo XXI, por la emergencia del gobierno electrónico (e-gobierno) y abierto— ha disminuido en favor de nuevos problemas, como el uso de las redes sociodigitales para diversas formas de participación ciudadana e institucional. Así lo constatan Jiang y sus colegas (2022), quienes identifican una disminución de los estudios sobre e-gobierno a partir de un estudio bibliométrico, mientras nuevas problematizaciones apuntan hacia el gobierno inteligente (SMARTGOV) y otras categorías (Hujran et al., 2021).

Si bien las redes sociodigitales son una extensión importante de la comunicación institucional, los sitios web constituyen su presencia oficial en Internet.

Representan el espacio que ancla las acciones comunicativas en las tres categorías de esta aproximación (informativa, transaccional y comunicativa), para después desdoblarse en otros espacios como las redes sociodigitales. Es necesario continuar con su estudio y observar sus procesos de cambio que no son solo técnicos, sino culturales. Estos sitios web, que también llamaremos portales, conforman nuestra unidad de análisis y es lo que denominamos como espacios públicos digitales producidos por las instituciones.

El estudio de la comunicación institucional en línea incorpora prácticas como la observancia de la transparencia y rendición de cuentas, entendida como la accesibilidad, a través de los portales, a la información que la ciudadanía demanda (Lara et al., 2013). Se complementa con acciones como la comunicación directa o mediada con los ciudadanos bajo diversas formas, la realización de trámites o transacciones en línea, y la consulta y la participación ciudadana. Asimismo, se relaciona con otros conceptos que están cercanos o la atraviesan, como el gobierno electrónico, que consiste en las interacciones entre ciudadanía y las administraciones públicas mediadas por las tecnologías de información (Criado & Gil-García, 2013), el gobierno abierto, la democracia deliberativa, las relaciones públicas y la participación ciudadana, entre otras.

En la producción académica reciente se observan diversos aportes. El tema más estudiado consiste en el análisis del gobierno electrónico y abierto, lo que implica observar la dimensión transaccional, las ciudades digitales, la transparencia y la rendición de cuentas (Azamela et al., 2022; Briceño Brock, 2019; Georgiou, 2019; Mensah et al., 2020; Negrete Huelga, 2022; Ochoa Chaves et al., 2020; Raca et al., 2022; Rosenberg, 2019, 2021; Vaccaro et al., 2021; Viñarás-Abad et al., 2017).

Otro tema importante es el estudio del uso de las tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC) por parte de los gobiernos para gestionar, promover y representar la participación ciudadana (González Galván et al., 2021; Gonzalez-Galvan & Espín-Espinoza, 2020; Hansson & Page, 2022; Hao et al., 2022; Haro-de-Rosario et al., 2018; de Quadros & Bastos de Quadros Junior, 2015). Recientemente se ha abordado la incorporación de nuevas tendencias, como la datificación y los algoritmos en el manejo de la administración pública (Chaudhuri, 2022; Reutter, 2022), así como la evaluación de las relaciones públicas (Cuenca-Fontbona et al., 2022).

La pandemia por COVID-19 estimuló la realización de estudios en los que se abordó el papel de las instituciones gubernamentales y la respuesta ciudadana para enfrentar el brote desde una perspectiva comunicacional, especialmente en la promoción de información confiable y la aplicación de las vacunas (Adiyoso, 2022; Cárdenas et al., 2021; García et al., 2021; Peña-Fernández et al., 2022; Wang & Yao, 2022).

Para esta propuesta se parte de los planteamientos de la ciudadanía que, de acuerdo con Marshall y Bottomore (2005), corresponde a un proceso instituyente de lo social a partir del ejercicio de los derechos y el cumplimiento de las responsabilidades reconocidos por una comunidad política que la otorga, y que se expresa en la conformación del Estado. De acuerdo con estos autores, a estos dos elementos se adicionan otros tres: las instituciones, la identidad y el ejercicio o práctica. Desde una perspectiva fenomenológica, la ciudadanía se construye a partir de la interacción entre los actores sociales, cuyas prácticas, significado y relevancia se encuentran sujetos a una negociación constante (Berger & Luckmann, 2006; Schutz, 2003).

La ciudadanía es una actitud o conciencia de pertenencia a una colectividad, según Ramírez (1995): “en consecuencia, ser ciudadano es sentirse responsable del buen funcionamiento de las instituciones que amparan dichos derechos en el país al que se pertenece” (p. 60). En función de este argumento, siendo las instituciones garantes del reconocimiento de la ciudadanía, se formula la consideración de que los espacios generados institucionalmente deben atender a este ejercicio y, por lo tanto, deben ser públicos, es decir, estar a disposición de los ciudadanos.

Estos espacios públicos incluyen los producidos digitalmente, pues representan un lugar desde donde se ejerce un nuevo tipo de ciudadanía, la digital, en la que ciudadanos e instituciones se relacionan mediante el uso de las tecnologías de la información (Galindo, 2009). Así pues, reconociendo a los portales web institucionales como espacios públicos, surge el problema de cómo gestionar sus recursos para el ejercicio de la ciudadanía en clave digital.

Por otro lado, la discusión teórica sobre la comunicación pública se orienta al reconocimiento de un espacio de participación en el que confluyen e interactúan los actores de lo público. Dichos actores son diversos, pero en su categorización podemos considerar a los actores mediáticos, los gubernamentales, los de la sociedad civil organizada, los empresariales y los ciudadanos comunes cuando participan públicamente. Su especificidad es la búsqueda de una configuración conversacional y deliberativa que, en un entorno democrático, debería otorgar a todos la misma garantía para tomar la voz y expresar su posición en la discusión de los asuntos públicos (Bernier et al., 2005; Demers & Lavigne, 2007; Lavigne, 2008). En ese tenor, la democracia debe ser entendida de manera sustancial y no procedimental, es decir, como la meta social de conciliar la mayor diversidad posible con la participación del mayor número posible (Alonso, 1995).

De manera muy específica, la práctica de la comunicación pública que Lavigne (2008) denomina relaciones públicas, Riorda (2006) llama comunicación gubernamental y Zémor (2008) reconoce como su núcleo mismo, se refiere a la

necesidad de que las instituciones públicas mantengan una interacción directa con los ciudadanos a través de diferentes mecanismos. Esta comunicación sirve para socializar proyectos, planes y programas, establecer el vínculo con sus públicos, rendir cuentas y contribuir a conformar una comunidad.

Con las premisas anteriores se sustenta teóricamente esta propuesta metodológica. Asimismo, se establece su acotación para la aproximación empírica al estudio de los sitios web en los que se ancla la presencia de las instituciones públicas, cuya función es garantizar el ejercicio de la ciudadanía en las sociedades informacionales (Castells, 2002).

Si los medios de comunicación masiva tradicionales fueron considerados, en su momento, el nuevo espacio público porque la vida política de las sociedades contemporáneas se escenificaba en ellos (Ferry, 1998), la ampliación de esa idea hacia los medios digitales es el resultado de la extensión de la actividad mediática en la red.

## **PROPUESTA METODOLÓGICA PARA ESTUDIAR LOS ESPACIOS PÚBLICOS DIGITALES INSTITUCIONALES**

La propuesta está diseñada a partir de tres elementos. El primero es una medición de los recursos digitales de los portales institucionales, ordenados en tres categorías. Esto implica la identificación de una arquitectura virtual en la que se deja ver la posibilidad de la participación ciudadana en los espacios públicos digitales mediante los recursos habilitados en los sitios web. Su objetivo específico es el de evaluar las características generales de cada portal.

El segundo, es una aproximación cualitativa a los agentes productores de los espacios públicos virtuales aplicando entrevistas en profundidad para identificar las lógicas de producción mediante las cuales se elaboran los portales. Dichas lógicas son culturales y políticas, antes que técnicas, y abren o cierran posibilidades de participación ciudadana en función de las decisiones tomadas para la habilitación o rechazo de recursos en los sitios web. Su objetivo específico consiste en comprender las prácticas de producción de los portales institucionales.

El tercero consiste en un trabajo de intervención social en forma de taller dirigido a las organizaciones de la sociedad civil (OSC), bajo la consideración de que estas instancias reivindican el ejercicio ciudadano de manera segmentada, lo cual coincide con las áreas en las que se desempeñan las instituciones que producen espacios públicos digitales. Su objetivo específico radica en conocer la usabilidad y pertinencia de los portales desde la mirada ciudadana.

Es necesario decir que, a pesar de que el objeto de estudio para el que fue diseñada esta estrategia metodológica es de naturaleza digital, la propuesta no es tecnocentrada. Es decir, la estrategia se enfoca en las prácticas sociales problematizadas a partir de la mediación tecnológica, la construcción mutua de lo social y lo digital (Flores-Márquez, 2021; Sued, 2021).

Bajo esa premisa, la estrategia metodológica que aquí se propone utiliza técnicas ampliamente conocidas de las ciencias sociales. Sin embargo, aunque en esta presentación no se plantea un despliegue sofisticado de técnicas procedentes de las ciencias de datos, como las consideradas por Rodríguez (2021), tampoco son descartadas a priori, puesto que esas técnicas podrían complementar esta propuesta.

### **Métrica evaluativa de los recursos digitales de los portales web institucionales**

Esta propuesta metodológica se operacionaliza en tres categorías concebidas a partir de un enfoque sociocultural del estudio de Internet. Para efectos metodológicos, estas tres categorías son fijas, dado que constituyen prácticas de la comunicación-cultura instituyentes de las sociedades contemporáneas:

Para abordar el estudio de los usos socioculturales de la Internet conviene partir de una distinción analítica entre las diversas funciones comunicativas que permiten los distintos “servicios” de la red, dado su carácter hipermedial: por una parte, la Internet es una fuente de información; por otra, un medio de comunicación y también, crecientemente, un vehículo de difusión. El propósito de esta distinción es facilitar al mismo tiempo la (re)construcción de un marco de análisis comunicacional adecuado para la investigación sociocultural de los usos de la Internet y distinguir las diversas competencias específicas que los sujetos requieren para apropiarse de los usos, interactuar con eficiencia con el medio y desarrollar sus tareas personales o profesionales incorporando en ellas a la Internet como recurso. (Fuentes, 2001, p. 240).

La cita permite identificar las tres categorías aludidas: información, difusión y comunicación. Diversos autores coinciden con esta formulación teórico-metodológica. Por ejemplo, Polat (2005) sugiere que Internet debe ser vista al menos desde tres aristas: como una fuente de información, como un medio de comunicación que permite la difusión de mensajes, y como una esfera pública virtual en la que se construyen comunidades en línea. Por su parte, Wolton (2000) plantea que las tres funciones conviven en la red y enfrentan sus respectivos problemas: el de la diseminación de información necesaria para el funcionamiento de la sociedad, el de la expresión para otorgar la voz en una sociedad libre, y el de la comunicación o intercomprensión. De manera específica, al analizar los portales institucionales de los gobiernos locales en México, Martínez y Thirión (2005)



plantean comunicación, transacción e información como categorías de evaluación de su desempeño. De forma más reciente Hujran y sus colegas (2021) identifican a la información básica, los servicios interactivos, transaccionales, la participación y los servicios inteligentes como categorías de análisis, lo cual tiene paralelismos con los aquí considerados.

Con esta base se diseñó un análisis de los recursos provistos en los espacios públicos digitales, considerando una métrica evaluativa en términos de las posibilidades que se ponen a disposición de los usuarios para el ejercicio de la ciudadanía. El análisis considera tres categorías: informativa, que se refiere a la colocación pertinente de datos en línea, transaccional, que consiste en los recursos para la interacción, contacto y realización de trámites en línea, y comunicativa, que corresponde a la posibilidad de participación densa y apropiación de los espacios por parte de los ciudadanos como una forma de tránsito a una esfera pública digital. La tabla 1 presenta la operacionalización de esas categorías.

Los indicadores propuestos en el instrumento soportan variables de tipo nominal, ordinal o de razón (Ritchey, 2007). La elección y, por lo tanto, la forma en la que se generarán los datos, no se puede determinar a priori, pues dependerá del grado de complejidad y de profundización que el análisis requiera para responder las preguntas de investigación.

Los resultados de la medición de los portales web obtenidos mediante el procedimiento anterior ofrecen información sobre las características de los espacios públicos digitales. Permiten identificar, en términos evaluativos, el énfasis de los sitios institucionales respecto de las tres categorías centrales. El supuesto que orienta la interpretación de los datos es que cuando los portales presentan un alto número de recursos informativos, en detrimento de los transaccionales y comunicativos, se trata de un espacio público débil. En ese caso, la disminución de recursos de las otras dos categorías, cuyas dimensiones encierran las actividades participativas, revela una arquitectura virtual unidireccional, autoritaria y poco comprometida con la participación ciudadana.

Por el contrario, la falta de recursos informativos que les permitan a los ciudadanos obtener datos necesarios para orientar su participación tampoco es deseable. La configuración ideal consistiría en un equilibrio de calidad, no necesariamente de cantidad, entre las tres dimensiones. Con ello, se revelarían espacios públicos digitales con vigor democrático, cuyas instituciones productoras demostrarían la apertura para el diálogo con la ciudadanía, y con disposición para que los usuarios realicen la apropiación que corresponde, en términos comunicacionales y políticos.

<b>Categorías</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Ejemplos de indicadores</b>
Informativa	Información básica	Datos del webmaster, tableros, página de inicio, historia y antecedentes, datos institucionales, noticias, mensajes, localización, mapa del sitio.
	Información avanzada	Documentos, idiomas, secciones para públicos específicos, enlaces a otros sitios.
	Información multimedia	Galerías, presentaciones, videos, podcasts, stream.
	Actualización de la información	Datos actualizados, fecha y hora de actualización, resumen de cambios, vínculos habilitados.
	Transparencia	Cumplimiento de las obligaciones de transparencia y rendición de cuentas.
Transaccional	Integración	Integración vertical, ingreso a otros sitios, procesos de validación, concentración de información y trámites, formato homogéneo, menús estandarizados, distribución estandarizada.
	Contacto	Contacto con funcionarios y webmaster, formatos en línea para contacto, acuse en línea, dirección de correo electrónico para contacto, hipervínculo para correo electrónico, sala de conversación, foros de atención, asistente virtual.
	Descargas	Formatos disponibles, instrucciones para descarga, llenado en línea, instrucciones para enviar documentos.
	Búsqueda de información	Motor de búsqueda, búsqueda por área, búsqueda por nombre, opciones alternas de búsqueda, calificación de la búsqueda.
	Personalización de la información	Interacción con los datos, lector RSS, publicaciones por suscripción.
	Transacciones en línea	Diversificación de trámites en línea, página de acceso a trámites, pago seguro en línea, alternativas de pago, políticas de seguridad, políticas de privacidad, punto único de trámites y pagos.
	Alternativas de acceso	Servicios para dispositivos móviles, servicios sin conexión.
Comunicativa	Debates en línea	Blogs y medios sociales, foros de discusión, voto electrónico.
	Consulta ciudadana	Consultas públicas en línea, plazo para las consultas, historial de consultas, envío de resultados.
	Apropiación	Blogs ciudadanos, foros ciudadanos, medios sociales, comunidades virtuales, marcadores sociales, etiquetado social, envío directo de datos.
	Intensidad	Participación constante, participación pertinente, respuestas expeditas.
Totales: 3 categorías	17 dimensiones	

**Tabla 1. Operacionalización para el análisis de los espacios públicos digitales institucionales**

*Fuente: Elaboración propia con base en De-León-Vázquez & Medina (2013).*

## **La voz de los productores de los espacios públicos digitales de las instituciones**

Una vez realizada la medición evaluativa, queda pendiente entender el porqué de los resultados obtenidos. Tomando en cuenta que la arquitectura virtual es la consecuencia de las decisiones de agentes específicos, se considera indispensable interpelar a los productores, en profundidad, para conocer las lógicas que gobiernan la producción de estos espacios.

La experiencia investigativa demuestra que es necesario evaluar el entorno técnico (Pacheco Redondo et al., 2017); sin embargo, las lógicas técnicas en realidad son políticas. Es necesario no perder de vista que este tipo de dispositivos se encuentra habitado por una ficción de lo técnico y lo político que llegan a convertirlos en fetiches tecnológicos (Sfez, 2005). El fetiche consiste en creer que la comunicación con la ciudadanía ha quedado instalada con el mero hecho de producir y circular el portal, pero Campillo Alhama (2010) y Riorda (2006) advierten que es necesario gestionar permanentemente la comunicación pública y fortalecerla con una narrativa que tenga referentes en el cumplimiento de las funciones institucionales encomendadas.

El acercamiento cualitativo es necesario porque permitiría entender la intencionalidad incorporada al flujo de tomas de decisión que se objetivan en los sitios web institucionales en forma de recursos digitales. Esto es clave para comprender que la manera en la que se distribuyen esos recursos alienta o inhibe la participación ciudadana al determinar formas de interacción. Con la intención de vincular la métrica evaluativa previamente expuesta en sus tres categorías con la etapa cualitativa de esta propuesta metodológica, recurrimos a la siguiente consideración:

La investigación sociocultural de los usos de la Internet puede comenzar a construirse a partir de la triple dimensión de las funciones informativa, comunicativa y de difusión de la Internet, en relación con, al menos, cuatro recursos: infraestructura, códigos, hábitos y representaciones de un grupo o tipo de usuarios determinados (Fuentes, 2001, p. 241).

Bajo esos argumentos, se propone realizar entrevistas en profundidad con los productores de los sitios web institucionales. El objetivo de la aplicación de esta técnica consiste en tomar contacto con los agentes a cargo de la elaboración y gestión de los sitios web y generar una conversación en la que se dialogue sobre las interacciones sociopolíticas que gobiernan su producción. Vela (2001) destaca que la entrevista otorga el acceso al entendimiento de los procesos de integración cultural, y Guber (2011) la reconoce como una estrategia para hacer que la gente hable de lo que sabe.

La entrevista será importante para identificar quiénes y cómo toman decisiones sobre las características sociotécnicas que presentan los portales institucionales; quiénes y cómo ejecutan las acciones derivadas de esas decisiones; cuáles son las condiciones de equipamiento tecnológico necesarias para producir y gestionar los portales institucionales o cómo puede accederse a ellas y, finalmente, en qué tipo de interacción ciudadana piensan durante el proceso de la producción o gestión de los sitios web institucionales, es decir, cómo imaginan a sus usuarios y sus necesidades.

A partir de lo anterior, una guía mínima de entrevista en profundidad que cumpla con las necesidades de información para complementar el análisis de los espacios públicos digitales podría enunciarse en los siguientes temas o ejes, considerados a partir de la reflexión propia en diálogo con trabajos como el de Rosenberg (2019), quien analiza críticamente la forma en la que las instituciones se dirigen hacia los ciudadanos mediante sus estrategias en los sitios web.

- a. Procedimientos de la toma de decisión.
- b. Organización del equipo de trabajo.
- c. Equipamiento técnico.
- d. Imaginario de los usuarios.

El primer tema permitiría reconstruir el proceso del flujo de decisión en términos históricos, políticos y técnicos. Este eje comienza por profundizar en las características de los agentes individuales y colectivos que tienen el poder de establecer las directivas bajo las cuales se diseñan los portales web institucionales. Posterior a ello, interesa comprender las reglas, los procedimientos, los canales (formales e informales), las jerarquías, etcétera, implicados en la tarea de decidir qué, cómo y por qué aparecen –o no– los recursos digitales a disposición de la ciudadanía.

El segundo eje sirve para conocer las características del equipo humano responsable de la producción o gestión de los sitios web institucionales. En este rubro es importante identificar los perfiles profesionales de los integrantes, la forma en la que están organizados, las líneas de autoridad, entre otras cosas.

El tercer rubro tiene la importancia de identificar la capacidad técnica de las instituciones para desarrollar de forma autónoma sus portales web. En este caso se parte de tres supuestos: el primero es que la institución tiene equipamiento suficiente como servidores, infraestructura de red, protocolos técnicos y todos los implementos necesarios para hacerse cargo; el segundo es que la institución carece de esos elementos y es necesario contratar servicios particulares que se hagan cargo; el tercero sería una posición intermedia en la que la propia institución pueda hacerse cargo de ciertos aspectos de la producción y gestión de su sitio web, pero se ve en la necesidad de contratar servicios particulares para complementar las tareas.

La entrevista permitiría identificar en cuál de estos supuestos se encuentra el caso de estudio y cómo resuelven las situaciones que se presentan en la cotidianidad.

El cuarto inciso busca explorar el imaginario que los agentes productores y gestores de los espacios públicos digitales tienen de los usuarios a los que dirigen el sitio web. Como clave interpretativa se puede establecer una matriz de dos entradas: los usuarios son considerados como visitantes del sitio que ofrecen un puntaje de productividad (cuántos clicks hacen sobre los servicios en línea y cuánta gratificación encuentran), y los usuarios son considerados como ciudadanos con necesidades sociopolíticas que necesitan atender. La entrevista permitiría matizar cómo se ubica el caso estudiado entre estos dos polos.

De acuerdo con Hammersley y Atkinson (1994), los informantes deben ser personas cuya experiencia en el tema es clave para poder acceder a su conocimiento. A su vez, es deseable contar con el testimonio de personas que participan en diferentes partes del proceso, para tener la oportunidad de saber cómo son vistas y asumidas las lógicas de producción de los portales desde diferentes posiciones. Así pues, se proponen cuatro categorías de informantes:

- a. Funcionarios de primer nivel que toman decisiones y aprueban las características de los portales,
- b. Líderes de los equipos técnicos de producción, quienes organizan al equipo para cumplir las metas.
- c. Líderes de los equipos de estrategias de comunicación institucional encargados de producir la estructura, los contenidos y la narrativa de los portales.
- d. Personal bajo el mando de ambos tipos de líderes.

### **La apropiación por los usuarios de los espacios públicos digitales**

Como última parte de la propuesta metodológica para el análisis de los estudios públicos digitales institucionales se encuentra la apropiación de los usuarios. Es necesario abordar esta fase, porque no basta con entender los procesos de la producción y la gestión de los sitios web, también es importante mirar si ese esfuerzo institucional encuentra pertinencia y resonancia entre la ciudadanía que, después de todo, es su fin último (Hujran et al., 2021; Pacheco Redondo et al., 2017). Fuentes (2001) sugiere que:

Este último factor puede ser el punto de partida para una reconstrucción etnográfica de las competencias comunicativas empleadas por los usuarios, ya que en las representaciones de los sujetos se puede observar de manera más inmediata la apropiación construida del recurso y los esquemas operativos de la actividad (sea esta el entretenimiento, el trabajo, la socialización, el aprendizaje, etc.) (p. 241).

Para atender esta necesidad investigativa, proponemos formular una intervención social bajo la forma de un taller de competencias digitales dirigido a organizaciones de la sociedad civil (OSC). Esta proposición tiene dos finalidades: la primera es contar con una estructura de acercamiento etnográfico a usuarios con capacidad crítica y reflexiva, quienes tienen intereses claros desde los que interpelan a las instituciones en busca de soluciones; la segunda es retributiva, pues pretende escapar a una práctica extractiva de la investigación científica mediante el intercambio de saberes entre participantes e investigadores.

Esta técnica se coloca como una forma de intervención sociológica que involucra la participación conjunta del investigador con los participantes, quienes reflexionan sobre sí mismos, sus relaciones y sus prácticas, para desvelar las orientaciones culturales que rigen el funcionamiento de la sociedad (Bobes, 2001), con un fuerte componente comunitario (Tufté, 2015).

El tipo de OSC seleccionada dependerá de las preguntas de investigación planteadas, dada la gran diversidad existente. La meta del taller consistiría en ofrecer capacitación sociotécnica a los integrantes de las organizaciones elegidas para el aprovechamiento de los recursos provistos por los portales web institucionales. Los temas para las sesiones del taller constituyen todo un universo. Se recomienda que, para elegirlos, así como para establecer el número de sesiones que se dedicarán, se realice una asamblea en la que los participantes y los investigadores tomen la decisión de manera conjunta.

Una vez establecida la temática y duración del taller, se recomienda tener exposiciones cortas y pedagógicamente claras por parte de los facilitadores, seguidas de diálogo plenario en el que se discuta y reflexione sobre la experiencia de los participantes en el tema de la sesión, siempre orientados hacia el uso de los espacios públicos digitales institucionales. La duración recomendada para una sesión con estas características es de una a dos horas.

Lo enseñado en la sesión trasciende su condición de mera lección. Se convierte en un potenciador de la discusión, un detonante, que otorga la oportunidad para que los investigadores profundicen en la experiencia de los actores sociales sobre el establecimiento de relaciones con las instituciones por la vía digital. Al mismo tiempo, sirve a los participantes para alimentar la autorreflexividad en su actuar social dentro de los espacios digitales.

## **DISCUSIÓN**

El señalamiento de Castells (2002) de que la revolución tecnológica informacional consiste en que todos los procesos sociales se encuentran mediados por la tecnología digital es un axioma de nuestra época. Aun así, sigue existiendo una brecha nada

despreciable entre quienes tienen acceso a la tecnología y quienes no lo tienen. Si bien en términos materiales la brecha tiende a reducirse por el abaratamiento de los dispositivos, la discusión del acceso se abre ahora en términos de la alfabetización digital necesaria para una apropiación crítica de los contenidos y espacios digitales (Singh & Banga, 2022).

Los portales web acercan a los ciudadanos a las instituciones, en la medida en la que se rompe la barrera de la distancia física y es posible penetrar en su trama de atenciones por la vía digital. Sin embargo, las lógicas de su producción y gestión pueden alejarse de la experiencia de los usuarios a los que se dirigen, generando desencuentros. Este distanciamiento constituye un riesgo para garantizar el ejercicio pleno de la ciudadanía, que es la finalidad principal de las instituciones (Rosenberg, 2021).

Siguiendo esa línea de razonamiento, los portales web institucionales, al representar una extensión de las instituciones públicas en el ámbito digital (Bouzas-Lorenzo & Mahou, 2013), son susceptibles de ser apropiados por los ciudadanos porque forman parte del bien común, son producidos y gestionados con recursos públicos y, por lo tanto, representan un espacio público que hay que habitar.

La diversidad de prácticas en línea llevadas a cabo tanto por ciudadanos como por las instituciones que se despliegan en una gran cantidad de escenarios digitales, como las redes sociodigitales, nos plantean el desafío de una dispersión exponencial. Pensar en los sitios web institucionales como unidad de análisis representa un recorte significativo de aproximación empírica, porque desde ahí se pueden rastrear las rutas de esas prácticas dispersas, lo que contribuye a enfrentar el reto.

Esta propuesta tiene la especificidad –que podría ser vista como limitación, pero nos parece que es más un tema de rigor metodológico– de mirar los procesos de producción, gestión y apropiación de los espacios públicos digitales tomando como punto de partida el contexto institucional.

La información y los datos obtenidos mediante la aplicación de esta estrategia metodológica, si bien se encuentran limitados por los ejes analíticos expresados en este artículo, encuentran en ellos también su aporte. Confiamos en que los resultados alcanzados con la aplicación de esta propuesta complementan los obtenidos por otros diseños. Así, cada estrategia mira donde las otras no alcanzan, contribuyendo a la ampliación del conocimiento desde sus propias especificidades.

## **CONCLUSIONES**

La estrategia metodológica que aquí se ha presentado tiene la finalidad de analizar los espacios públicos digitales institucionales. Como tales, no se

limitan a un objeto simbólico como podría ser el portal web de las instituciones públicas. El aporte que se pretende establecer es identificar la manera en la que se construye un espacio de relaciones y participación en el que las instituciones públicas y los ciudadanos entran en contacto para que emerja el ejercicio de la ciudadanía de manera plena.

En primer lugar, se evalúa la calidad de los portales web como facilitadores de esas relaciones, considerando las tres categorías de información, transacción y comunicación. Es una condición fundamental para la producción de los espacios públicos digitales institucionales desde los cuales se enlazan distintas prácticas ciudadanas dentro y fuera de línea. Posteriormente, se evita una consideración esencialista de las instituciones públicas mediante el acercamiento cualitativo con sus agentes, específicamente los productores y gestores de los sitios web. Finalmente, se explora la apropiación ciudadana de los espacios públicos digitales mediante una intervención social con organizaciones de la sociedad civil, con lo que se identifica la potencia de estos espacios para conformar esferas públicas activas desde las que se participe, interpele y exijan las garantías para el ejercicio de la ciudadanía digital.

De ahí que la estrategia metodológica no pueda estar deslindada de su fundamento teórico, en el cual se encuentra el sustento de sus categorías y sus procedimientos. Como ya fue explicado, se enmarca en una articulación de la comunicación pública y la teoría de la ciudadanía. Epistemológicamente, se fundamenta en una aproximación sociocultural del estudio de Internet.

Como toda propuesta, la que aquí presentamos se expone con la intención de que sea revisada y discutida por la comunidad académica. De considerarla pertinente, que sea aplicada y, mediante su uso, probada para verificar su utilidad. De igual forma, la propuesta puede ser utilizada de forma total o parcial, según las necesidades de cada estudio e incluso reformulada críticamente a medida que se identifiquen vacíos o carencias que sea necesario subsanar.

### **FINANCIACIÓN**

Proyecto de Investigación Modelo de asociación de la comunicación pública y el desarrollo para la sostenibilidad social (PIECU 18-9). Realizado con financiamiento institucional de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, enero 2018 a diciembre 2020.



## REFERENCIAS

- Adiyoso, W. (2022). Assessing Governments' Emergency Responses to the COVID-19 Outbreak Using a Social Network Analysis (SNA). *SAGE Open*, 12(2), 1-16. <https://doi.org/10.1177/21582440211071101>
- Alonso, J. (1995). Construir la democracia desde abajo (Building democracy from below). *Nueva Antropología*, 14(48), 67-82. <https://bit.ly/2UQuCug>
- Azamela, J. C., Tang, Z., Ackah, O., & Awozum, S. (2022). Assessing the Antecedents of E-Government Adoption: A Case of the Ghanaian Public Sector. *SAGE Open*, 12(2), 1-13. <https://doi.org/10.1177/21582440221101040>
- Berger, P. L. & Luckmann, T. (2006). *La construcción social de la realidad* (The Social Construction of Reality). Amorrortu.
- Bernier, M.F., Watine, T., Demers, F., Lavigne, A., & Moumouni, C. (2005). *Pratiques novatrices en communication publique* (Innovative practices in public communication). Les presses de l'Université Laval.
- Bobes, V. C. (2001). Buscando al actor. La intervención sociológica (Looking for the actor. Sociological intervention). In M. L. Tarrés (Ed.), *Observar, escuchar, comprender. Sobre la tradición cualitativa en la investigación social* (Watching, listening, understanding. About qualitative tradition in social research) (pp. 225-248). Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa.
- Bouzas-Lorenzo, R. & Mahou, X. M. (2013). El estudio de la funcionalidad de los portales gubernamentales. Una propuesta metodológica desde la e-salud (The Study of the Functionality of Government Portals: A Methodological Proposal from the E-health). *Gestión y Política Pública*, 22(SPE), 259-305.
- Briceño Brco, L. A. (2019). Realidad del gobierno electrónico en los municipios zulianos: un enfoque democrático (Reality of electronic government in Zulia municipalities: a democratic approach). *Quórum Académico*, 15(2), 60-76. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/quorum/article/view/29413>
- Campillo Alhama, C. (2010). Comunicación pública y administración municipal. Una propuesta de modelo estructural (Public Communication and Municipal Administration: A Structural Model Proposal). *Pensar La Publicidad*, 4(1), 45-62. <https://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/PEPU1010120045A>
- Cárdenas, J. D., Pineda, N. K., Ruiz, J. D. C., & Rodríguez, N. K. P. (2021). La gestión de la comunicación de riesgo a través de Facebook: Análisis exploratorio de las estrategias iniciales de 12 gobiernos de América Latina frente a la pandemia de la COVID 19 (Risk communication management through Facebook: Exploratory analysis of the initial strategies of 12 Latin American governments in the COVID 19 pandemic). *Revista de Comunicación*, 20(2), 73-91. <https://revistadecomunicacion.com/article/view/2353>
- Castells, M. (2002). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen I* (The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. I). Siglo XXI.
- Chaudhuri, B. (2022). Programmed welfare: An ethnographic account of algorithmic practices in the public distribution system in India. *New Media & Society*, 24(4), 887-902. <https://doi.org/10.1177/14614448221079034>

- Criado, J. I. & Gil-García, J. R. (2013). Gobierno electrónico, gestión y políticas públicas. Estado actual y tendencias futuras en América Latina (Electronic Government, Management and Public Policies: Current Status and Future Trends in Latin America). *Gestión y Política Pública*, 22, 3–48.
- Cuenca-Fontbona, J., Compte-Pujol, M., Martín-Guart, R., & Matilla, K. (2022). Desarrollo de un nuevo modelo de evaluación competencial para la selección de una agencia de relaciones públicas y comunicación (Developing a new competency assessment model for selecting a public relations and communication agency). *Revista de Comunicación*, 21(1), 137–157. <https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A7>
- De-León-Vázquez, S. (2015). Estudio comparativo de espacios públicos en línea: Aguascalientes y Québec (Comparative study of online public spaces: Aguascalientes and Québec). *Clivajes*, 3, 34–53. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.21136825>
- De-León-Vázquez, S. & Medina, N. I. (2013). Portales institucionales de Internet y espacio público. El caso de Aguascalientes, México (Institutional Internet portals and public space. The case of Aguascalientes, Mexico). In I. Cornejo & L. A. Guadarrama (Eds.), *Culturas en comunicación. Entre la vocación intercultural y las tecnologías de información* (Cultures in communication. Between intercultural vocation and information technologies) (pp. 211–232). Tintable. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.21136816>
- De Quadros, C. I. & Bastos de Quadros Junior, I. (2015). Jóvenes y participación política desde la perspectiva del Participatório (Youth and political participation: a view over the Participatory). *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), 782–792. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1071>
- Demers, F. & Lavigne, A. (2007). La comunicación pública: una prioridad contemporánea de investigación (Public communication: a contemporary research priority). *Comunicación y Sociedad*, 4(8), 65–87. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i8.3830>
- Ferry, J. M. M. (1998). Las transformaciones de la publicidad política (Changes in political publicity). In J. Ferry (Ed.), *El nuevo espacio público* (The new public space) (pp. 13–27). Gedisa.
- Flores-Márquez, D. (2021). Etnografía digital y sus reconfiguraciones permanentes (Digital ethnography and its permanent reconfigurations). In D. Flores-Márquez & R. González (Eds.), *La imaginación metodológica* (The methodological imagination) (pp. 91–116). Tintable.
- Fuentes, R. (2001). Exploraciones teórico-metodológicas para la investigación sociocultural de los usos de la Internet (Theoretical-methodological explorations for sociocultural research of the uses of the Internet). In R. Fuentes & M. I. Vasallo de Lopes (Eds.), *Comunicación. Campo y objeto de estudio* (Communication. Field and object of study) (pp. 229–245). ITESO.
- Galindo, J. A. (2009). Ciudadanía digital (Digital Citizenry). *Signo y Pensamiento*, 28(54), 164–173. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/26446>
- García, S. A., Márquez, F. V., & Fondevila i Gascón, J. F. (2021). Polarización en Twitter durante la crisis de la COVID-19: Caso Aislado y Periodista Digital (Polarization on Twitter during the COVID-19 crisis: Caso Aislado and Periodista Digital). *Revista de Comunicación*, 20(2), 29–47. <https://revistadecomunicacion.com/article/view/2336>

- Georgiou, M. (2019). *City of Refuge* or Digital Order? Refugee Recognition and the Digital Governmentality of Migration in the City. *Television & New Media*, 20(6), 600–616. <https://doi.org/10.1177/1527476419857683>
- Gonzalez-Galvan, O. S. & Espín-Espinoza, A. (2020). Promouvoir la saine alimentation sur Facebook Live: vers de nouvelles compétences communicationnelles dans les organisations de santé publique? (Promoting healthy eating on Facebook Live: towards new communication skills in public health organisations?). *Revue Communication & Professionnalisation*, 11, 16–43. <https://doi.org/10.14428/RCOMP.VI11.53343>
- González Galván, O. S., Marín Leyva, R. A., & Delfín Ortega, O. V. (2021). Framing Public Participation. An Overview of Michoacan State Government. *Opera*, 29, 11–30. <https://doi.org/10.18601/16578651.N29.02>
- Guber, R. (2011). *La etnografía. Método, campo y reflexividad* (Ethnography. Method, field and reflexivity). Siglo XXI.
- Hammersley, M. & Atkinson, P. (1994). *Etnografía. Métodos de investigación* (Ethnography. Principles in practice). Paidós.
- Hansson, S. & Page, R. (2022). Corpus-assisted analysis of legitimation strategies in government social media communication. *Discourse & Communication*, 16(5), 1–21. <https://doi.org/10.1177/17504813221099202>
- Hao, C., Nyaranga, M. S., & Hongo, D. O. (2022). Enhancing Public Participation in Governance for Sustainable Development: Evidence From Bungoma County, Kenya. *SAGE Open*, 12(1). <https://doi.org/10.1177/21582440221088855>
- Haro-de-Rosario, A., Sáez-Martín, A., & del Carmen Caba-Pérez, M. (2018). Using social media to enhance citizen engagement with local government: Twitter or Facebook? *New Media & Society*, 20(1), 29–49. <https://doi.org/10.1177/1461444816645652>
- Hujran, O., Alarabiat, A., Al-Adwan, A. S., & Al-Debei, M. (2021). Digitally Transforming Electronic Governments into Smart Governments: SMARTGOV, an Extended Maturity Model. *Information Development*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/02666669211054188>
- Jiang, H., Wang, S., & Yao, J. (2022). Structuration analysis of e-government studies: A bibliometric analysis based on knowledge maps. *Journal of Information Science*, 48(5), 676–685. <https://doi.org/10.1177/0165551520978346>
- Lara, M. A., Pina, V., & Torres, L. (2013). El gobierno electrónico y la rendición de cuentas en la administración regional y estatal (E-government and Accountability in Regional Administration: An International Comparison). *Gestión y Política Pública*, 22, 105–135.
- Lavigne, A. (2008). Suggestion d'une modélisation de la communication publique: principales formes discursives et exemples de pratiques (Suggested modelling of public communication: main discursive forms and examples of practices). *Les Cahiers Du Journalisme*, (18), 232–245.
- Marshall, T. H., & Bottomore, T. (2005). *Ciudadanía y clase social* (Citizenship and Social Class). Losada.
- Martínez, F. & Thirión, J. M. (2005). Sociedad de la información en México: los primeros pasos de gobiernos locales (Information society in Mexico: the first steps for local governments). *El Cotidiano*, (130), 15–23.

- Mensah, I. K., Zeng, G., & Luo, C. (2020). E-Government Services Adoption: An Extension of the Unified Model of Electronic Government Adoption. *SAGE Open*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020933593>
- Negrete Huelga, K. (2022). Comunicación en el gobierno: lo gubernamental y lo público en la transformación de la relación con el ciudadano (Communication in government: the governmental and the public in the transformation of citizen relationship). *Sintaxis*, (8), 100-112. <https://doi.org/10.36105/STX.2022N8.07>
- Noveck, B. S. (2017). *Ciudadanos inteligentes, Estado más inteligente. Las tecnologías del conocimiento y el futuro de gobernar* (Smart Citizens, Smarter State: The Technologies of Expertise and the Future of Governing). CIDE.
- Ochoa Chaves, L. E., García García, F., & Monge Espinoza, P. (2020). TICs, comunicación y participación ciudadana en los planes de Gobierno Abierto de Argentina, Costa Rica y México (ICTs, communication and citizen participation in the open government plans of Argentina, Costa Rica and Mexico). *Global Media Journal México*, 17(32), 19-41. <https://doi.org/10.29105/gmjmx17.32-2>
- Pacheco Redondo, D. E., Galvis-Lista, E. A., & González-Zabala, M. P. (2017). Análisis de variables e indicadores para medir el e-gobierno publicados en la literatura científica (Analysis of variables and indicators for measuring e-government published in scientific literature). *Ciencia e Ingeniería Neogranadina*, 27(2), 83-107. <https://doi.org/10.18359/rcin.2226>
- Peña-Fernández, S., Larrondo-Ureta, A., & Morales-i-Gras, J. (2022). Comunicación política, institucional y medios de comunicación en tiempo de pandemia. Análisis del diálogo sobre vacunas en cinco países iberoamericanos (Political and institutional communication and the media in times of pandemic. Analysis of the dialogue on vaccines in five Ibero-American countries). *Revista de Comunicación*, 21(1), 315-328. <https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A16>
- Polat, R. K. (2005). The Internet and Political Participation: Exploring the Explanatory Links. *European Journal of Communication*, 20(4), 435-459. <https://doi.org/10.1177/0267323105058251>
- Raca, V., Velinov, G., Dzalev, S., & Kon-Popovska, M. (2022). A Framework for Evaluation and Improvement of Open Government Data Quality: Application to the Western Balkans National Open Data Portals. *SAGE Open*, 12(2). <https://doi.org/10.1177/21582440221104813>
- Ramírez, J. M. (1995). ¿Movimientos ciudadanos o ciudadanos en movimiento? La difícil y esperanzada construcción de la ciudadanía (Citizen movements or citizens on the move? The difficult and hopeful construction of citizenship). In H. Orozco (Ed.), *Cultura de la comunicación y sociedades contemporáneas* (Culture of communication and contemporary societies) (pp. 55-72). ITESO.
- Reutter, L. (2022). Constraining context: Situating datafication in public administration. *New Media & Society*, 24(4), 903-921. <https://doi.org/10.1177/14614448221079029>
- Riorda, M. (2006). Hacia un modelo de comunicación gubernamental para el consenso (Towards a government communication model for consensus). In L. H. Elizalde, D. Fernández, & M. Riorda (Eds.), *La construcción del consenso. Gestión de la comunicación gubernamental* (Consensus building. Management of government communication). La Crujía.

- Ritchey, F. J. (2007). *The Statistical Imagination: Elementary Statistics for the Social Sciences*. McGraw Hill.
- Rodríguez, C. A. (2021). Minería de datos y análisis de redes sociales: malabarismos de una experiencia de investigación (Data mining and social network analysis: juggling from a research experience). In D. Flores-Márquez & R. González (Eds.), *La imaginación metodológica* (The methodological imagination) (pp. 25–58). Tintable.
- Rosenberg, D. (2019). Use of e-government services in a deeply divided society: A test and an extension of the social inequality hypotheses. *New Media & Society*, 21(2), 464–482. <https://doi.org/10.1177/1461444818799632>
- Rosenberg, D. (2021). Ethnic perspective in e-government use and trust in government: A test of social inequality approaches. *New Media & Society*, 23(6), 1660–1680. <https://doi.org/10.1177/1461444820920655>
- Schutz, A. (2003). *El problema de la realidad social* (The Problem of Social Reality). Amorrortu.
- Sfez, L. (2005). *Técnica e ideología. Un juego de poder* (Technique and ideology. A power game). Siglo XXI.
- Singh, N. & Banga, G. (2022). Media and information literacy for developing resistance to ‘infodemic’: lessons to be learnt from the binge of misinformation during COVID-19 pandemic. *Media, Culture and Society*, 44(1), 161–171. <https://doi.org/10.1177/01634437211060201>
- Sued, G. E. (2021). Métodos digitales para estudiar la cultura y la vida digital: fotografías mexicanas en Instagram (Digital methods to study culture and digital life: Mexican photographs on Instagram). In D. Flores-Márquez & R. González (Eds.), *La imaginación metodológica* (The methodological imagination) (pp. 59–90). Tintable.
- Tufte, T. (2015). *Comunicación para el cambio social. La participación y el empoderamiento como base para el desarrollo mundial* (Communication for social change. Participation and empowerment as a basis for global development). Icaria.
- Vaccaro, N. D., Cazzolli, A., & Castro, J. F. (2021). El Gobierno Abierto en la ciudad de Córdoba, Argentina: una política de regulación de la sensibilidad (Open government in the city of Córdoba, Argentina: a sensitivity regulation policy). *Contratexto*, (035), 43–70. <https://doi.org/10.26439/CONTRATEXTO2021.N035.4899>
- Vela, F. (2001). Un acto metodológico básico de la investigación social: la entrevista cualitativa (A fundamental methodological action in social research: the qualitative interview). In M. L. Tarrés (Ed.), *Observar, escuchar y comprender. Sobre la tradición cualitativa en la investigación social* (Watching, listening, understanding. About qualitative tradition in social research) (pp. 65–96). Miguel Ángel Porrúa.
- Viñarás-Abad, M., Abad-Alcalá, L., Llorente-Barroso, C., Sánchez-Valle, M., & Pretel-Jiménez, M. (2017). Administración electrónica y e-inclusión de las personas mayores (e-Administration and the e-inclusion of the elderly). *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 197–219. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1161>
- Wang, X. & Yao, H. (2022). In government microblogs we trust: Doing trust work in Chinese government microblogs during COVID-19. *Discourse & Communication*, 16(6), 716–734. <https://doi.org/10.1177/17504813221109090>

Wolton, D. (2000). *Internet, ¿y después? Una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación* (Internet and then? A critical theory of new media). Gedisa.

Zémor, P. (2008). *La communication publique* (Public communication). Presses Universitaires de France.

### **SOBRE EL AUTOR**

**SALVADOR DE LEÓN VÁZQUEZ**, es profesor-investigador titular del Departamento de Comunicación en la Universidad Autónoma de Aguascalientes, México. Doctor en Estudios Científico-Sociales por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, nivel 1.

 <https://orcid.org/0000-0002-7859-0480>