

Contenido que circula en redes sociales sobre la gestión de la Administración Municipal de Sogamoso y su incidencia en la opinión ciudadana, 2020-2023.

Silvia Liliana Bustos Gutiérrez

Escuela Superior de Administración Pública

Administración Pública Territorial

Cetap Sogamoso

Territorial Boyacá Casanare

Sogamoso, 2026

**Contenido que circula en redes sociales sobre a gestión de la
Administración Municipal de Sogamoso y su incidencia la opinión
ciudadana, 2020-2023.**

Director de tesis Rafael Mesa Pérez

Escuela Superior de Administración Pública

Administración Pública Territorial

Cetap Sogamoso Boyacá

Territorial Boyacá Casanare

Sogamoso, 2026

TABLA DE CONTENIDO

Tabla de contenido

TABLA DE IMÁGENES	6
PRESENTACIÓN	10
1. TITULO	10
2. PALABRAS CLAVE	10
4. ANTEDECENTES Y ESTADO DEL ARTE	13
4.1. Estudios internacionales	13
4.2. Estudios nacionales (Colombia)	18
4.3. Estudios locales o regionales	23
5. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	25
5.1. Planteamiento de problema	25
6. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	26
7. JUSTIFICACIÓN	27
8. OBJETIVOS	29
8.1. Objetivo general	29

8.2. Objetivos Específicos	29
9. MARCO DE REFERENCIA	29
9.1. Marco teórico	29
9.1.1 Teoría de la Agenda Setting	30
9.1.2 Agenda Building	32
9.1.3 Democracia Algorítmica	33
9.1.4 Teoría de la libertad de expresión en entornos digitales	34
9.1.5 Enfoque de la Desinformación desde la ciberseguridad	35
9.1.6 La opinión pública	36
9.2 Marco Conceptual	37
9.3 Marco Legal	44
9.4 Marco Institucional	46
9.5 Marco Geográfico	49
10. DISEÑO METODOLOGICO	51
10.1. Línea de Investigación	51

10.2. Tipo de Investigación.....	52
11. ESTRUCTURA METODOLOGICA.....	52
11.1. Hipótesis	54
12.2 Universo	56
12.3 Población.....	56
12.4. Muestra	56
12.5. Instrumentos de Recolección de la Información	57
12.5.1. Análisis de contenido en redes sociales	58
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	68
Presentación de Resultados.....	68
1. Análisis de la comunicación institucional en redes sociales	68
ANALISIS DE LA INFORMACIÓN DE LA ENCUESTA.....	74
DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS	96
Objetivo 8.2.1. Redes sociales más utilizadas por los ciudadanos	96
Objetivo 8.2.2. Tipos de información que circulan en redes sociales	97

8.2.3. Precepción ciudadana frente a la gestión pública	98
--	-----------

8.2.4. Propuesta de fortalecimiento de la comunicación institucional	98
---	-----------

CONCLUSIONES	102
--------------------	-----

BIBLIOGRAFIA	104
--------------------	-----

Referencias.....	104
------------------	-----

TABLA DE IMÁGENES

Ilustración 1 Mapa Ubicación de Sogamoso	50
--	----

Ilustración 2: Uso de redes sociales para informarse sobre la Administración Municipal	76
--	----

Ilustración 3:Redes sociales más utilizadas por los ciudadanos	76
--	----

Ilustración 4: Frecuencia de uso de redes sociales.....	77
---	----

Ilustración 5: Recordación de información sobre la gestión de la Administración	
---	--

Municipal en redes sociales	78
-----------------------------------	----

Ilustración 6: Tipo de cuentas donde se observa información sobre la Administración	
---	--

Municipal	79
-----------------	----

Ilustración 7: Frecuencia de visualización de contenido sobre la gestión de la Administración Municipal	80
Ilustración 8: Percepción sobre la frecuencia de contenido relacionado con la gestión de la Administración Municipal	80
Ilustración 9: Tipo de contenido observado sobre Administración Municipal	82
Ilustración 10: Percepción de tono de los comentarios sobre la gestión de la Administración Municipal:	83
Ilustración 11: Tipo de interacción de los ciudadanos con publicaciones en redes sociales	83
Ilustración 12: Nivel de confianza en la información sobre la Administración Municipal en redes sociales	85
Ilustración 13: Percepción sobre la presencia de información falsa o engañosa en redes sociales	86
Ilustración 14: Comportamiento de los ciudadanos frente a la información en redes sociales	86
Ilustración 15: Influencia de la información en redes sociales en la opinión ciudadana ..	87
Ilustración 16: Variación en el uso de redes sociales durante la pandemia	89
Ilustración 17: Influencia de la información en redes sociales durante la pandemia	89

Ilustración 18: Calificación de la gestión de la Administración Municipal.....	90
Ilustración 19: Nivel de confianza en la Administración Municipal	91
Ilustración 20: Percepción sobre el uso de redes sociales por parte de la Administración Municipal	91
Ilustración 21: Percepción general del impacto de las redes sociales en la gestión Municipal	92
Tabla 1: Variables e indicadores de la hipótesis	54
Tabla 2: Análisis de Facebook	69
Tabla 3: Consolidado de publicaciones 2020-2023	69
Tabla 4: Análisis YouTube	71
Tabla 5: Análisis Instagram	71
Tabla 6: Análisis X-Twitter	72
Tabla 7: Análisis TikTok	73
Tabla 8: Edad	74
Tabla 9: Género.....	75

AGRADECIMIENTOS

Me gustaría reconocer de manera muy especial al profesor Rafael Mesa Pérez por su acompañamiento constante durante todo este proceso. Más allá de su rol como guía, su paciencia, su disposición y sus recomendaciones oportunas, su dedicación fue la clave en la construcción de este trabajo, ya que siempre estuvo atento a cada avance, realizando las correcciones necesarias y brindando recomendaciones oportunas.

Valoro profundamente el tiempo que dedico para guiar cada etapa de la investigación, así también como su interés en aportar y colaborar en los momentos en que fue necesario, lo que hizo posible culminar este proceso de manera satisfactoria.

PRESENTACIÓN

1. TÍTULO

Contenido que circula en redes sociales sobre la gestión de la Administración Municipal de Sogamoso y su incidencia en la opinión ciudadana, 2020-2023.

2. PALABRAS CLAVE

Redes sociales, opinión pública, gestión pública, participación ciudadana, desinformación, consumo de información política, información política, Sogamoso.

3. INTRODUCCIÓN

Actualmente, las redes sociales ocupan un lugar central en los procesos de comunicación e intercambio de información entre las personas. Estas plataformas permiten la interacción en tiempo real, para mantenerse en contacto con otros usuarios y acceder fácilmente a diferentes tipos de contenidos. Además de su uso cotidiano para la comunicación y el entretenimiento, también se han transformado en espacios donde circula información relacionada con asuntos públicos, incluyendo temas asociados con la gestión de las administraciones locales.

En estos espacios virtuales es posible encontrar distintos tipos de información. Por un lado, se difunden contenidos provenientes de fuentes oficiales que buscan informar a la ciudadanía sobre programas, proyectos y decisiones institucionales. Sin embargo, también circulan opiniones, comentarios y publicaciones realizadas por otros usuarios que, en algunos casos, pueden estar incompletas, descontextualizadas o incluso ser falsas. Esta situación hace que

muchas personas construyan su opinión con base en la información que encuentran en estos espacios de comunicación digital, sin verificar necesariamente su origen o confiabilidad.

A medida que estas plataformas generan facilidad para informarse, también permiten que los usuarios compartan y reproduzcan contenidos con gran rapidez. En muchos casos, las personas replican publicaciones, comentarios o noticias sin confirmar si la información es confiable, lo que puede generar interpretaciones erróneas o percepciones distorsionadas sobre determinadas situaciones. Esto puede incidir en la forma en que las personas perciben el funcionamiento de las instituciones públicas y la gestión que realizan sus autoridades.

Actualmente, las administraciones de cada municipio también utilizan estos medios de interacción virtual como un canal para difundir información sobre su gestión y mantener un contacto más cercano con la ciudadanía. A través de estas plataformas se publican comunicados, avances de obras, programas institucionales y otros temas de interés público. Sin embargo, al mismo tiempo que estas herramientas facilitan el acceso a la información, también pueden convertirse en espacios donde circulan interpretaciones o contenidos que inciden en la percepción que las personas tienen sobre la gestión pública.

En el municipio de Sogamoso, de un tiempo para acá, las redes sociales se han consolidado como uno de los principales canales de uso por los ciudadanos para informarse sobre diferentes temas relacionados con la ciudad, incluyendo el desempeño de la Administración Municipal. A través de diferentes páginas, grupos y perfiles digitales, los usuarios comparten noticias, comentarios, denuncias y opiniones sobre la Administración Municipal. En algunos casos la información proviene de fuentes oficiales, mientras que en otros corresponde a contenidos generados por los mismos usuarios, lo que puede incidir en la forma en que se forma la opinión ciudadana frente a la gestión pública.

En este contexto, resulta pertinente analizar cuál es la incidencia e impacto del contenido que circula en redes sociales sobre la gestión que adelanta el municipio de Sogamoso durante el periodo 2020-2023. Asimismo, es importante comprender cuáles son las redes sociales que utilizan con mayor frecuencia los ciudadanos para informarse sobre estos temas, que tipo de información circula en diferentes redes sociales sobre la gestión de la Administración, además de cómo la información que visualizan en estos medios digitales puede incidir en la percepción que tienen sobre la Administración Municipal.

Tomando en cuenta los resultados obtenidos, se evidenció que las redes sociales no solo son ampliamente utilizadas por la ciudadanía, sino que también inciden en la forma en que las personas interpretan la gestión pública. De igual manera, se identificó la presencia de contenidos críticos, percepciones diversas y niveles de confianza moderados frente a la información que circula en estos espacios, lo que demuestra que es importante analizar este fenómeno desde una perspectiva académica y aplicada al contexto local.

Teniendo en cuenta lo anterior, se busca analizar la incidencia e impacto del contenido que circula en redes sociales sobre la gestión pública de la Administración Municipal de Sogamoso en el periodo 2020-2023. El estudio se lleva a cabo mediante un enfoque cuantitativo y descriptivo–correlacional, con el fin de identificar las redes sociales que más utilizan los ciudadanos, describir su percepción frente a la gestión pública y examinar la relación existente entre el contenido difundido en estos canales digitales y la opinión que los ciudadanos construyen sobre la administración municipal.

Comprender este fenómeno resulta relevante para el ámbito de la administración pública, ya que la opinión ciudadana constituye un elemento fundamental en la forma en que las instituciones se relacionan con la gente. En un contexto donde la información circula de manera

rápida a través de medios digitales, analizar cómo se forman estas percepciones permite aportar elementos que contribuyan a fortalecer la comunicación institucional y promover un uso más cuidadoso de estos medios como fuentes de información pública.

Finalmente, esta investigación no solo aporta al ámbito académico, sino que también genera insumos prácticos que pueden ser empleados por la Administración Municipal con el fin de ajustar sus estrategias de comunicación en redes sociales, así como por la ciudadanía para reflexionar sobre el acceso y divulgación de información en estos espacios digitales.

4. ANTEDECENTES Y ESTADO DEL ARTE

El estudio de la opinión pública de un tiempo para acá ha ganado más importancia, especialmente en un contexto donde las redes sociales se han integrado a la vida cotidiana, gracias a lo fácil que es interactuar, las personas se informan de manera más rápida y constante y a partir de lo que perciben, construyen opiniones, expresan sus inconformidades y forman percepciones frente a la gestión de los gobiernos. Por esta razón resulta necesario analizar cómo se construyen estas percepciones y que factores inciden en la opinión ciudadana en entornos digitales. A continuación, se presentan algunos estudios que permiten comprender estas dinámicas desde diferentes contextos.

4.1. Estudios internacionales

A nivel internacional, se han analizado diferentes investigaciones acerca de cómo estos medios moldean la opinión de las personas y en la forma en que la ciudadanía percibe la gestión de los gobiernos. Estos estudios permiten identificar que las plataformas digitales no solo informan,

sino que también inciden en la forma en que las personas interpretan la acción del Estado. A continuación, se presentan algunos estudios sobre este tema:

4.1.1 Li y Liu (2025)- Gobierno y Respuesta a la opinión pública en redes sociales

En 2025, ¿Yuan Li y Mingyang Liu publicaron en la revista indexada *Frontiers in Psychology* el estudio titulado *Attribution or empathy? A study on the public opinion response framework of government social media — a qualitative comparative analysis of 21 public opinion incidents*, analizan como los gobiernos responden en redes sociales frente a situaciones que generan opinión publica digital (Li & Liu, 2025).

Li y Liu (2025) plantean que, en el entorno digital actual, las redes sociales gubernamentales no solo informan, sino que inciden directamente en la percepción ciudadana y en la credibilidad institucional (Li & Liu, 2025, págs. 1-2). Sin embargo, resaltan que aún existe poca claridad sobre los patrones que orientan esas respuestas y su impacto dentro del ecosistema de opinión pública.

Para abordar el tema, aplicaron la metodología fsQCA a 21 casos ocurridos en china entre 2018 y 2023 (Li & Liu, 2025, págs. 3-4). El análisis permitió identificar dos marcos principales de respuesta. El primero, denominado contexto-responsabilidad, aparece cuando hay alta atención ciudadana y fuerte sentimiento negativo, priorizando explicaciones formales y asignación de responsabilidades (Li & Liu, 2025, págs. 6-7). El segundo, sujeto-emocional, se utiliza cuando el nivel de negatividad es menor, incorporando mensajes más empáticos y cercanos (Li & Liu, 2025, págs. 7-10).

De otra parte, el estudio advierte dos riesgos en la comunicación gubernamental digital: la tendencia a centrarse excesivamente en justificar responsabilidades (“inercia de atribución”) y la aparición tardía de mensajes empáticos (“empatía posterior al evento”), lo que puede debilitar la confianza ciudadana (Li & Liu, 2025, pág. 10).

Este estudio es importante para el desarrollo de esta investigación, ya que evidencia que la comunicación institucional en estos entornos digitales no es espontánea ni neutral, sino que esta responde a ciertos patrones estratégicos que pueden incidir en la manera que la ciudadanía interpreta los hechos y construye su opinión sobre la gestión pública. Es decir, la forma en que el gobierno responde, ya sea desde la justificación institucional o desde la empatía, puede fortalecer o debilitar la confianza ciudadana.

Sin embargo, al desarrollarse en el contenido chino, donde existen dinámicas y políticas regulatorias particulares, sus resultados no pueden trasladarse de manera automática a escenarios latinoamericanos. Por tal motivo deja abierta la necesidad de analizar cómo estas dinámicas comunicativas se mantienen en gobiernos Municipales como el de Sogamoso especialmente en un periodo reciente (2020-2023) caracterizado por una presencia alta de plataformas digitales en la interacción entre Administración pública y ciudadanía. Así, la presente investigación busca comprender si en el ámbito local también existen patrones de respuesta que incidan en cómo se forma la opinión ciudadana y en la percepción de legitimidad institucional.

4.1.2 Influencia de contenidos mediáticos en la opinión pública

The Influence of Social Media on Public Opinion: An Analysis from Literary and Cultural Perspectives, se publicó en 2024, este estudio analiza la forma como las redes sociales inciden en cómo se construye la opinión pública desde un enfoque literario y cultural.

Los autores indican que las redes sociales se han establecido como espacios centrales donde se construyen identidades colectivas y se negocian discursos culturales, influyendo directamente en las percepciones sociales (Alit Suryawati, Wahyuandari, Halmina, Murti, & WinarkoHilarius, 2024, pág. 1).

No obstante, muestran que la mayoría de investigaciones previas se enfocan en aspectos tecnológicos y políticos, dejando de lado las dimensiones simbólicas y narrativas del contenido digital (Alit Suryawati, Wahyuandari, Halmina, Murti, & WinarkoHilarius, 2024, pág. 2).

El estudio se realiza desde un enfoque cualitativo, apoyándose en revisión documental y análisis de contenido en plataformas como Twitter, Instagram y TikTok, utilizando un análisis temático para identificar narrativas, símbolos y discursos culturales presentes en publicaciones virales (Alit Suryawati, Wahyuandari, Halmina, Murti, & WinarkoHilarius, 2024, pág. 3).

Entre los principales hallazgos, se logra evidenciar que las redes sociales inciden en la opinión pública a través de narrativas digitales que combinan elementos textuales y visuales, generando resonancia emocional e ideológica en los usuarios (Alit Suryawati, Wahyuandari, Halmina, Murti, & WinarkoHilarius, 2024, pág. 3). Además, aunque las plataformas amplifican voces marginadas, también refuerzan entornos donde circulan las mismas ideas y la circulación

de información simplificada o sesgada (Alit Suryawati, Wahyuandari, Halmina, Murti, & WinarkoHilarius, 2024, págs. 3-4).

Los autores concluyen que es necesario fortalecer la alfabetización mediática y promover prácticas éticas en el entorno digital (Alit Suryawati, Wahyuandari, Halmina, Murti, & WinarkoHilarius, 2024, pág. 7).

Este estudio le aporta elementos relevantes a la presente investigación, ya que demuestra que la opinión pública en los canales digitales se construye a partir de narrativas, símbolos y estrategias discursivas. Sin embargo, no aborda contextos municipales específicos ni analiza directamente la relación entre lo que las personas ven sobre política y evaluación de la gestión pública local, lo que deja abierto un campo de estudio aplicable al caso de Sogamoso.

4.1.3 Influencia de las redes sociales en la opinión pública juvenil (2025)

El estudio Influencia de las redes sociales en la opinión pública de jóvenes universitarios y su impacto político-empresarial, realizado en la Universidad de Guayaquil por García-Viteri, Novillo-Bustos, Freire-Sierra, Andrade-Carrasco y Ortiz-Chimbo. Se centra en analizar cómo plataformas como TikTok, Instagram, Facebook y X influyen en la construcción de la opinión política de los jóvenes. Asimismo explora como estas dinámicas digitales pueden incidir en la toma de decisiones tanto en el ámbito público como en el empresarial (García-Viteri, Novillo Bustos, Freire-Sierra, Andrade- Carrasco, & Ortiz-Chimbo, 2025, pág. 2).

El estudio utilizó un enfoque mixto, recolectando información a través de encuestas a 300 estudiantes y entrevistas realizadas a expertos en comunicación estratégica. Los hallazgos

evidencian que la mayoría de los jóvenes, aproximadamente el 82% se informa principalmente a través de redes sociales. Además se encontró que más de la mitad de los participantes ha modificado su percepción sobre actores políticos a partir del contenido que consume en plataformas digitales (García-Viteri, Novillo Bustos, Freire-Sierra, Andrade- Carrasco, & Ortiz-Chimbo, 2025, pág. 6).

Además, se evidencia que entidades gubernamentales y empresas monitorean activamente estas tendencias juveniles para ajustar sus estrategias institucionales (García-Viteri, Novillo Bustos, Freire-Sierra, Andrade- Carrasco, & Ortiz-Chimbo, 2025, págs. 6-7).

Este trabajo es importante para la investigación porque permite confirmar que las redes sociales no solo inciden en la construcción de la opinión política juvenil, sino que también inciden en decisiones estratégicas reales. Sin embargo, el estudio se enfoca en el contexto universitario ecuatoriano y no profundiza en el análisis de la gestión pública municipal, lo que deja un espacio pertinente para abordar el caso específico de Sogamoso.

4.2. Estudios nacionales (Colombia)

En Colombia, distintos estudios han abordado la relación entre redes sociales, opinión pública y gestión gubernamental evidenciando su influencia en la forma en la que los ciudadanos se informan y forman su opinión.

4.2.1 Redes sociales, polarización y opinión pública en Colombia (2022)

El artículo Las redes sociales y la transformación de la opinión pública en Colombia en el contexto del covid-19, publicado en la Revista Invecom. Señala que la comunicación política

actual no puede entenderse sin el papel de las redes sociales. Según Caro Moreno (2022), estas plataformas se han consolidado como espacios clave para la difusión y posicionamiento de temas de interés público, especialmente durante la pandemia, periodo en el cual el consumo de información digital aumentó de manera significativa (Caro Moreno, 2022, págs. 2-3).

El estudio analiza cómo, además de informar, las redes sociales se han usado como herramientas de polarización política, particularmente mediante el uso de “bodegas” digitales que difunden contenidos falsos o sesgados para influir en la opinión pública (Caro Moreno, 2022, págs. 4-5). También examina la estrategia comunicativa del gobierno durante la pandemia, señalando el uso intensivo de medios y redes para fortalecer la imagen presidencial y posicionar su agenda (Caro Moreno, 2022, págs. 9-10).

En sus conclusiones, la autora percibe que, aunque las redes pueden ampliar la participación ciudadana, no reemplazan el ejercicio democrático real y, cuando se usan de forma estratégica para manipular emociones o reforzar divisiones, pueden debilitar el debate público (Caro Moreno, 2022, págs. 11-12).

Este aporte es relevante para la investigación porque demuestra que las redes sociales inciden directamente en la percepción ciudadana frente a la gestión gubernamental. Sin embargo, la investigación se enfoca en el contexto nacional colombiano y en la pandemia, sin abordar dinámicas específicas a nivel municipal, lo que deja un espacio importante para analizar el caso de Sogamoso.

4.2.2. Cámaras de eco, desinformación y campañas de desprestigio en Colombia. Un estudio de Twitter y las elecciones locales de Medellín en 2019.

Para entender la opinión pública actual es importante comprender que las redes sociales cumplen un papel clave en la forma en que se comparte información política. Es por ello que el Estudio de Lombana-Bermúdez et al. (2022) analiza cómo durante el proceso electoral de la alcaldía de Medellín en 2019, se generaron dinámicas de interacción en Twitter que influyeron en la forma en que los ciudadanos percibían a los candidatos (Lombana-Bermúdez, Vallejo Mejía, Gómez Céspedes, & Pino Uribe, 2022).

Los autores identifican la formación de dos cámaras de eco claramente diferenciadas, una de izquierda y otra de derecha, en las cuales los usuarios interactúan principalmente con personas que comparten su misma ideología, reforzando así sus creencias y limitando la exposición a opiniones contrarias (Lombana-Bermúdez, Vallejo Mejía, Gómez Céspedes, & Pino Uribe, 2022, pág. 24). Estas dinámicas se desarrollaron con mayor intensidad en los días previos a las elecciones, especialmente el día de votaciones e incluso después de estas, evidenciando la persistencia de estos fenómenos en el tiempo (Lombana-Bermúdez, Vallejo Mejía, Gómez Céspedes, & Pino Uribe, 2022, pág. 24).

Asimismo, el estudio muestra que estas cámaras de eco no solo agrupan usuarios con afinidades ideológicas, sino que también facilitan la circulación de información engañosa y críticas que afectan a los candidatos. En este contexto, se identificó el uso de contenidos audiovisuales como videos manipulados y piezas satíricas, los cuales resultan efectivos por su capacidad de difusión rápida y su impacto emocional en los usuarios (Lombana-Bermúdez, Vallejo Mejía, Gómez Céspedes, & Pino Uribe, 2022, págs. 24-25).

Asimismo, se evidencia que la comunicación dentro de estas redes es mayoritariamente unidireccional, centrada en la amplificación de mensajes emitidos por usuarios influyentes, lo que limita el debate y la confrontación de ideas, afectando la calidad de la deliberación democrática. Aunque estas redes no son completamente cerradas, presentan altos niveles de hemofilia, lo que refuerza la circulación de información sesgada (Lombana-Bermúdez, Vallejo Mejía, Gómez Céspedes, & Pino Uribe, 2022, pág. 25).

Al final los autores muestran que este tipo de dinámicas aparece con mayor fuerza en contextos de alta polarización política, como ocurre en Colombia, donde las redes sociales pueden ser utilizadas como herramientas para incidir en la forma en que la ciudadana percibe la realidad, especialmente mediante la difusión de información parcial o desinformación (Lombana-Bermúdez, Vallejo Mejía, Gómez Céspedes, & Pino Uribe, 2022, págs. 25-26).

Este estudio resulta especialmente relevante para la presente investigación, ya que permite entender de una manera más clara cómo las redes sociales inciden en la construcción de la opinión pública y en la forma en que los ciudadanos perciben a los actores políticos. Aunque el caso analizado se desarrolla en la ciudad de Medellín, sus hallazgos pueden relacionarse con otros contextos colombianos donde también se presentan altos niveles de polarización lo que lo convierte en un referente pertinente para analizar dinámicas similares.

De igual forma, el hecho de que los autores provengan de un contexto académico diferente no se ve como una limitación, sino más bien como un aporte, ya que brinda una mirada externa que ayuda a fortalecer el análisis. En este sentido, la investigación muestra que la percepción ciudadana no depende únicamente de la gestión o las acciones de los actores

políticos, sino también de los contenidos que circulan en redes sociales, los cuales pueden estar influenciados por desinformación, sesgos ideológicos y dinámicas propias de las cámaras de eco, lo que incide directamente en la forma en que las personas construyen su opinión.

4.2.3 Eficacia del gobierno y su relación con el respaldo ciudadano en redes sociales. El caso del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia

Un estudio reciente desarrollado en Colombia por Arango Espinal, Osorio Andrade y Uribe Jiménez en el 2025. Analizaron la relación entre eficacia del gobierno y el respaldo ciudadano en redes sociales, tomando como caso el Paisaje Cultural Cafetero. La investigación se pregunta cómo la gestión pública influye en el apoyo digital de la ciudadanía y plantea que aspectos como la credibilidad de las políticas públicas y la calidad de los servicios no económicos tienen un impacto significativo en el volumen y la intensidad de las interacciones en redes sociales (Arango Espinal, Osorio Andrade, & Uribe Jiménez, 2025, pág. 2).

El estudio se realiza desde un enfoque cuantitativo usando herramientas de análisis de contenido y minería de datos, los autores logran articular indicadores tradicionales de gobernanza con métricas propias del entorno digital, lo cual resulta relevante, ya que estos fenómenos generalmente se habían estudiado por separado (Arango Espinal, Osorio Andrade, & Uribe Jiménez, 2025, pág. 2).

En su marco teórico, se puede ver que la eficacia del gobierno se entiende como la capacidad de la administración para cumplir lo que promete, resolver problemas y hacer un uso adecuado de los recursos públicos (Arango Espinal, Osorio Andrade, & Uribe Jiménez, 2025, págs. 5-6). Para evaluarla consideran variables como la gestión de la deuda, la credibilidad en la

ejecución presupuestal y forma en que se prestan los servicios públicos. En particular, destacan que la credibilidad presupuestal refleja el nivel de coherencia y cumplimiento institucional, lo que puede influir directamente en la percepción y el respaldo ciudadano (Arango Espinal, Osorio Andrade, & Uribe Jiménez, 2025, pág. 6).

Finalmente, el estudio reconoce que las redes sociales han cambiado la relación entre el Estado y la ciudadanía, pasando de una comunicación unidireccional a espacios más interactivos donde se construyen percepciones, apoyos y críticas frente a la gestión pública (Arango Espinal, Osorio Andrade, & Uribe Jiménez, 2025, págs. 2,4,7).

Es por ello que esta investigación resulta clave para el desarrollo de este estudio, ya que permite comprender cómo las dinámicas de interacción digital pueden incidir en la construcción de percepciones y narrativas ciudadanas frente a la administración pública. Aunque el trabajo se enfoca en el respaldo social, sus hallazgos ofrecen elementos clave para analizar, en el caso de Sogamoso, cómo a través de estas plataformas digitales no solo se manifiesta la opinión ciudadana, sino que también se configura y transforma en el debate público digital.

4.3. Estudios locales o regionales

A nivel local, no se evidencian investigaciones específicas que analicen la relación entre redes sociales, opinión pública y percepción de la gestión en el municipio de Sogamoso durante el periodo 2020-2023. Este vacío resulta relevante, ya que se trata de un contexto particular marcado por el aumento en el uso de medios digitales durante la pandemia, donde las redes sociales se consolidaron como uno de los principales medios de información e interacción entre la administración municipal y la ciudadanía.

4.4.Cierre del Estado del Arte

A partir de los estudios revisados, se logra ver que las redes sociales desempeñan un papel importante en la forma en que las personas construyen su opinión y perciben la gestión de los gobiernos. Es decir, las redes sociales no solo informan, sino que también se vuelven espacios donde las personas interactúan, expresan ideas, interpretan hechos, construyen posturas y expresan sus opiniones frente a lo público.

En este contexto, las diferentes investigaciones analizadas coinciden en que la forma en que se transmite la información en los entornos digitales incide directamente en como las personas perciben la realidad. Dependiendo de cómo se comparta y se interprete esa información, esto puede fortalecer la confianza en las instituciones o, por el contrario, dar lugar a desinformación, inconformidad e incluso polarización.

Esto demuestra que la opinión pública no surge de manera espontánea, sino que está depende de varios factores, como el tipo de contenido que se difunde, la interacción entre los usuarios y las dinámicas propias de cada plataforma. De esta forma se observa que las redes sociales no solo reflejan la realidad, sino que también influyen en su construcción y cambio. A pesar de que existen diversas investigaciones, desarrolladas tanto dentro como fuera del país, se identifica una falta de análisis en contextos locales más específicos. En el caso del Municipio de Sogamoso, no se encuentran investigaciones que examinen de manera directa como las redes sociales han incidido en la manera en que se moldea la opinión ciudadana y en la percepción de la gestión pública durante el periodo 2020-2023.

Sin embargo, a pesar de existen estudios e investigaciones a nivel internacional y nacional sobre este tema, no se encuentran investigaciones que analicen específicamente como

las redes sociales han incidido en la forma en la que se construye la opinión pública y en la percepción de la gestión pública del municipio de Sogamoso durante el periodo 2020-2023, lo cual genera un vacío muy importante, especialmente si se tiene en cuenta el contexto que se vivió por la pandemia, donde se logró evidenciar que aumentó considerablemente el uso de estas plataformas y la necesidad del uso de la tecnología como principal fuente de información.

Por lo tanto, esta investigación busca aportar información a este vacío, analizando como el contenido que circula en redes sociales incide en la forma en que se construye la opinión ciudadana y en la percepción de la gestión pública de la Administración Municipal de Sogamoso. Pero más allá de describir la situación, se busca comprender de qué manera estos contenidos inciden en lo que la gente piensa, en cómo interpreta las acciones de la Administración Municipal y en el nivel de confianza que se construye frente a lo público. De esta manera también permite reflexionar sobre el papel que tiene la comunicación digital en los territorios y su impacto en la relación entre la ciudadanía y el Estado.

5. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

5.1. Planteamiento de problema

Actualmente, las redes sociales se han establecido como escenarios donde se difunde una amplia variedad de información pública. En estas plataformas virtuales no solo se difunden contenidos oficiales que emiten las instituciones, sino también opiniones, interpretaciones, publicaciones de terceros, mensajes, comentarios, es decir información que puede ser verdadera, completa, incompleta o falsa.

En el municipio de Sogamoso, durante el periodo 2020-2023, diferentes contenidos relacionados con la gestión de la Administración Municipal de Sogamoso circularon en redes sociales. Esta circulación incluye tanto información proveniente de fuentes oficiales, como de otros actores, lo que implica distintos tratamientos de la información que puede presentarse de manera completa, parcial o descontextualizada, generando confusión, debates, reacciones y opiniones ciudadanas.

En consecuencia, la ciudadanía construye percepciones y opiniones frente a la gestión pública a partir de la información que aparece en estos espacios, teniendo en cuenta que la información no es inmóvil, sino que se comparte, se comenta y se resignifica, lo que puede incidir en la percepción que las personas construyen frente a la gestión de la Administración Municipal.

Sin embargo, aún no se conoce con claridad de qué manera el contenido que circula en estos medios digitales acerca de la gestión Municipal incide y que impacto genera sobre la gestión de la entidad Municipal de Sogamoso en la formación de la opinión de los ciudadanos. Esta situación hace necesario analizar dicha incidencia e impacto del contenido que circula en redes sociales sobre la gestión de la Administración Municipal de Sogamoso, con el propósito de comprender como la dinámica digital puede incidir en la percepción, confianza y evaluación ciudadana, y a su vez aportar elementos orientados a fortalecer las estrategias de comunicación institucional.

6. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuál es la incidencia e impacto del contenido que circula en redes sociales sobre la gestión de la Administración Municipal de Sogamoso durante el periodo 2020–2023?

7. JUSTIFICACIÓN

Esta investigación surge a partir de la importancia que han adquirido las redes sociales en la vida diaria, ya que hoy en día no solo son espacios para comunicarse, sino también lugares donde circula información, se generan opiniones y las personas interactúan constantemente. En estos espacios digitales los ciudadanos no solo ven contenidos sobre la gestión pública, sino que también los interpretan, los comparten y forman sus propias ideas a partir de ellos. Todo esto incide directamente en la manera en que perciben y evalúan la forma en la que trabajan las instituciones públicas.

En el caso del municipio de Sogamoso, durante el periodo 2020-2023, se ha notado un aumento en la circulación de información sobre el trabajo que realiza la Administración Municipal en redes sociales. Esta información no proviene únicamente de fuentes oficiales, sino también de otros actores, lo que hace aún más importante analizar cómo todo esto incide en la opinión de la ciudadanía. Además, es importante tener en cuenta que no siempre lo que circula en redes es claro, completo o verificado, lo que puede dar lugar a diferentes interpretaciones, generar debates e incluso confusión, afectando la relación entre la comunidad y la Administración Pública.

En términos teóricos, esta investigación permite comprender mejor cómo se forma la opinión pública en los entornos digitales, apoyándose en enfoques como la Agenda Setting, el Agenda Building, la democracia algorítmica y la desinformación. A partir de esto, se busca aportar al análisis de cómo las redes sociales inciden en la gestión pública a nivel local,

teniendo en cuenta que, aunque este tema ha sido estudiado en otros contextos, aún existen vacíos cuando se habla del ámbito municipal, especialmente en Sogamoso. De esta manera, el estudio ayuda a fortalecer el conocimiento sobre la administración pública, particularmente en lo relacionado con la comunicación digital y la percepción de los ciudadanos.

En cuanto a su utilidad práctica, esta investigación resulta importante porque ayuda a entender cómo lo que se difunde en redes sociales puede incidir en la forma en que las personas ven la gestión pública. Esto puede servir como base para que las administraciones municipales mejoren sus estrategias de comunicación, brinden información más clara, oportuna y confiable, y generen mejores espacios de diálogo con la ciudadanía. Asimismo, los resultados pueden servir de apoyo para decidir cómo se comunica la entidad, buscando fortalecer la relación entre el gobierno local y la comunidad.

Desde el aspecto metodológico, el estudio propone el uso de herramientas como encuestas y la exploración de algunas publicaciones en redes sociales, lo que permite organizar la información y analizar de manera más clara la relación entre lo que circula en estos espacios y la opinión de las personas. Esto también aporta al uso de técnicas de investigación aplicadas a fenómenos digitales en contextos locales, lo que puede ser útil para futuros estudios o para ser aplicado en otros municipios.

Finalmente, esta investigación tiene una gran importancia a nivel social, ya que sus resultados pueden beneficiar tanto a la administración municipal como a la ciudadanía. Por un lado, permite a las instituciones entender mejor cómo son percibidas en redes sociales; y por otro, invita a las personas a reflexionar sobre la información que consumen y comparten. Desde esta perspectiva, no solo aporta al ámbito académico, sino que también contribuye a formar una ciudadanía más informada, crítica y participativa.

8. OBJETIVOS

8.1. Objetivo general

Analizar la incidencia e impacto del contenido que circula en redes sociales sobre la gestión de la Administración Municipal de Sogamoso durante el periodo 2020-2023.

8.2. Objetivos Específicos

8.2.1. Identificar las redes sociales más utilizadas por los ciudadanos del municipio de Sogamoso para informarse sobre la gestión pública.

8.2.2. Clasificar el tipo de información que circula en las diferentes redes sociales sobre la gestión de la Administración Municipal de Sogamoso durante el periodo 2020-2023.

8.2.3. Describir la percepción de los ciudadanos del municipio de Sogamoso frente a la gestión pública de la Administración Municipal a partir de la información que visualizan en redes sociales.

8.2.4. Proponer recomendaciones que contribuyan al fortalecimiento de las estrategias de comunicación de la Administración Municipal de Sogamoso en redes sociales, a partir de los resultados obtenidos.

9. MARCO DE REFERENCIA

9.1. Marco teórico

Más adelante y con el propósito de generar una inmersión en el tema relacionado con las redes sociales y su incidencia en la forma en que los ciudadanos comprenden y apropian la información, se abordarían las teorías de la Agenda Setting y la Agenda Building. Estas permiten entender cómo ciertos temas son seleccionados, posicionados y priorizados dentro de la discusión pública, así como identificar los actores que intervienen en este proceso.

Es por esto que, abordándolas en este trabajo, se busca explicar cómo se construyen y circulan los contenidos relacionados con la gestión pública en redes sociales, y de qué manera estos inciden en la percepción ciudadana. Esto puede incidir en la forma en que los ciudadanos perciben la gestión pública. De manera complementaria, se incorporan otros enfoques teóricos que permiten comprender fenómenos actuales como la desinformación, la mediación algorítmica y la configuración de la opinión pública en entornos digitales.

9.1.1 Teoría de la Agenda Setting

La teoría de la Agenda Setting, formulada por Maxwell McCombs y Donald Shaw (1972), sostiene que los medios contribuyen a definir que asuntos percibe la ciudadanía como más importantes. Es decir, los medios no determinan las opiniones de las personas, pero sí orientan los temas sobre los que estas reflexionan, al seleccionar que información mostrar o no. (Parejo-Cuellar, Arantxa Vizcaíno-Verdú, & Patricia de-Casas-Moreno, 2022, pág. 4).

Según McCombs (2006), Citado por las autoras, señala que los medios no solo eligen los temas, sino que también muestran que tan importantes son, según el espacio y el tiempo que se

les dedica. Citado en (Parejo-Cuellar, Arantxa Vizcaíno-Verdú, & Patricia de-Casas-Moreno, 2022, pág. 4).

Además, como plantea Cohen (1963), el verdadero poder de los medios no está en decirle a la gente que pensar, sino señalarle sobre qué temas poner su atención. Es decir, los medios no imponen directamente las opiniones de la gente, pero si generan incidencia al destacar ciertos asuntos y dejar otros en segundo plano. Esto significa que, al dar mayor visibilidad a determinados temas, por ejemplo, noticias sobre seguridad, política o problemas sociales, los medios hacen que las personas los perciban como más importantes. De esta manera inciden en las conversaciones cotidianas, en las preocupaciones de la ciudadanía e incluso en la forma en que se interpretan los hechos de la realidad. Citado en (Parejo-Cuellar, Arantxa Vizcaíno-Verdú, & Patricia de-Casas-Moreno, 2022).

En la actualidad, el poder tradicional de los medios se encuentra en transformación debido a la convergencia digital y la plataformización de la comunicación (Parejo-Cuellar, Arantxa Vizcaíno-Verdú, & Patricia de-Casas-Moreno, 2022, pág. 4). Lo que abre paso a escenarios informativos donde las redes sociales adquieren relevancia en la circulación y orden de importancia de contenidos.

En el marco de esta investigación, la teoría de la agenda Setting se emplea para analizar y comprender como se forma la percepción ciudadana sobre la gestión pública local, partiendo de que la esta no se construye únicamente a partir de las acciones institucionales, sino también de los temas que se circulan y se posicionan en la agenda digital.

Desde un enfoque de Administración Pública, esta teoría permite analizar como los contenidos difundidos en redes sociales inciden en la forma en que la ciudadanía interpreta la

gestión Municipal en Sogamoso, incidiendo en la percepción y legitimidad de la administración local.

9.1.2 Agenda Building

La teoría de la Agenda Building surge como un enfoque que permite comprender como se construyen y posicionan los temas dentro de la agenda pública. Esta fue desarrollada por Roger Cobb y Charles Elder (1971, 1972) y más adelante ampliada por John W. Kingdon (1984), los cuales planteaban que la agenda pública no se configura de manera espontánea, sino nace de la forma en que interactúan diferentes actores como por ejemplo instituciones, los medios de comunicación, los actores políticos y las personas que buscan posicionar determinados temas como prioritarios.

La agenda Building se enfoca en entender como ciertos temas logran llegar a ser parte del debate público y que factores inciden para que algunos tengan más importancia que otros. Es decir, no solo interesa saber de qué se habla, sino también como y porque algunos temas logran destacar más y volverse visibles frente a los demás.

En el ámbito digital, Cubas, Soria-Olivas, Guillen y Vicente Buendía (2020) mencionan que las redes sociales se han transformado en herramientas útiles para la construcción de la agenda, ya que permiten a distintos actores introducir, enmarcar y posicionar temas en la conversación pública. Esto ha generado procesos más dinámicos y bidireccionales, en los que no solo los medios tradicionales influyen, sino también los usuarios y otros actores digitales (Cubas, Soria-Olivas, Gullén, & Vicente Buendía, 2020).

En el marco de esta investigación, esta teoría ayuda a entender cómo se construyen y posicionan los temas públicos en entornos digitales y como todo lo que circula allí incide en la percepción de las personas sobre la gestión y la administración pública. Es decir, ayuda a entender como lo que se dice en redes sociales puede ir formando la idea que tiene la gente sobre lo que hacen las instituciones.

Desde un enfoque de la administración pública, la teoría permite analizar cómo las instituciones gubernamentales influyen en cómo se entiende la gestión pública y en la percepción que tiene la ciudadana sobre ella.

9.1.3 Democracia Algorítmica

García Marzá y Calvo (2022), Analizan como la digitalización y el uso masivo de datos están cambiando la forma en que se forma la opinión pública en las sociedades actuales. Según los autores, la opinión publica actual está siendo convertida en datos y metadatos procesados por algoritmos e inteligencia artificial, lo que puede generar una “progresiva sustitución” de la deliberación democrática por el cálculo algorítmico (García Marzá & Calvo, 2022, pág. 1). También advierten que el uso masivo de datos se ha convertido en algo que puede ayudar o afectar a la sociedad democrática en un entorno digital muy conectado (García Marzá & Calvo, 2022, pág. 2) aunque esto amplía las posibilidades de comunicación , también puede debilitar la autonomía de las personas.

Los autores señalan que cuando la circulación de contenidos es amplificada artificialmente mediante bots y automatización digital, lo que denominan una “opinión pública

artificial” (García Marzá & Calvo, 2022, págs. 2,4). Esta situación puede generar distorsiones en la formación de la voluntad colectiva (García Marzá & Calvo, 2022, págs. 2,4).

En el ámbito de la administración pública, esta información resulta clave, para comprender que la circulación de contenido en redes sociales no es neutral, sino que esta mediada por dinámicas tecnológicas que pueden influir en la visibilidad y alcance de determinados temas. En el contexto municipal, esto implica que la información que circula sobre la gestión pública puede adquirir mayor impacto según su nivel de exposición digital, incidiendo potencialmente en la formación de la opinión ciudadana.

9.1.4 Teoría de la libertad de expresión en entornos digitales

Miguel Ángel Presno Linera (2020) En el artículo, analiza cómo se configura el derecho fundamental en el entorno digital a partir de la jurisprudencia nacional e internacional.

El autor afirma que internet es una herramienta sin precedentes para el ejercer la libertad de expresión (Presno Linera, 2020, pág. 3). Asimismo señala que las reglas de la libertad de expresión en Internet no son similares a las del mundo analógico, pero su impacto es mayor debido a la amplia difusión masiva de las redes sociales (Presno Linera, 2020, pág. 5).

Por lo tanto, advierte que esa misma capacidad puede generar afectaciones a derechos fundamentales ya que la libertad de expresión no es absoluta y debe ejercerse dentro de límites constitucionales (Presno Linera, 2020, págs. 4-5).

Desde un enfoque de administración pública, resulta pertinente, porque según el autor las redes sociales funcionan como una nueva “plaza pública” (Presno Linera, 2020, pág. 4), donde

circula información relacionada con la gestión municipal y se configura la opinión ciudadana. y se forma la opinión ciudadana. En este sentido, el entorno digital se ha consolidado como en un espacio importante para el debate y la manera en que se percibe la administración pública.

9.1.5 Enfoque de la Desinformación desde la ciberseguridad

Mariano César Bartolomé (2021) aborda la desinformación como un fenómeno que trasciende lo comunicativo y que puede volverse una amenaza para la estabilidad institucional y el funcionamiento democrático (Bartolome, 2021, pág. 8) el autor explica que las noticias falsa no solo consisten en información inventada, sino también en la manipulación de contenidos reales, suplantación de fuentes oficiales y descontextualización de información verdadera (Bartolome, 2021, pág. 8).

Además, señala que estas prácticas suelen responder a estrategias que incluyen análisis del público objetivo y la selección deliberada de canales de difusión (Bartolome, 2021, pág. 9). Las redes sociales hacen que la desinformación se difunda más rápido y llegue a más personas, lo que favorece la expansión de la posverdad, donde las emociones pesan más que los hechos a la hora de formar la opinión pública (Morales, 2019), citado en (Bartolome, 2021, pág. 8).

Desde un enfoque de la administración pública se entiende que la opinión ciudadana no se configura únicamente a partir de información oficial, sino también mediante contenidos que circulan en redes sociales que pueden estar distorsionados o contruidos estratégicamente. Estas dinámicas pueden incidir en la percepción sobre la transparencia, eficiencia y legitimidad de la administración municipal (Bartolome, 2021, págs. 8-9)

9.1.6 La opinión pública

La teoría de la opinión pública de Jürgen Habermas (1962), analizada por Boladeras, sostiene que la opinión pública no se debe verse como un reflejo automático de la “voluntad general” sino como un espacio dinámico de comunicación donde los ciudadanos expresan sus intereses, discuten ideas y ejercen influencia sobre política y administración: “Según el autor la opinión pública puede ser manipulada, pero no se puede adquirir ni forzar a través de presión directa sobre la ciudadanía” (Boladeras Cucurella, 2001, pág. 17).

En el documento Cucurella (2001) explica, que este espacio de opinión pública permite transformar el poder comunicativo en poder administrativo mediante las leyes y normas, otorgando la legitimidad de la acción del Estado cuando se respeta la deliberación ciudadana: “Según el autor, el derecho actúa como el puente que transforma el poder comunicativo en poder administrativo, entendido como un proceso de autorización” (Boladeras Cucurella, 2001, pág. 18).

Desde la administración pública, esto involucra que las decisiones de los órganos estatales deberían tener en cuenta lo que piensan los ciudadanos y estar basadas en la opinión que se forma en espacios públicos independientes, como los debates que ocurren en las redes sociales: “Según el autor, el libre ejercicio de la opinión pública es el principal impulsor de la política democrática tanto en lo empírico como en lo normativo” (Boladeras Cucurella, 2001, pág. 18).

Esto tiene implicaciones directas para la gestión pública, ya que la transparencia, la participación y la legitimidad de las políticas locales dependen de la interacción comunicativa

efectiva entre ciudadanos y administración, contribuyendo a mejorar los procesos democráticos y la transparencia (Boladeras Cucurella, 2001, págs. 16-19).

9.2 Marco Conceptual

9.2.1. Redes Sociales

Las redes sociales se entienden como espacios digitales donde las personas pueden interactuar, comunicarse y compartir información de forma continua. Mediante estas, los usuarios no solo visualizan contenido, sino que también pueden crearlo, compartirlo y difundirlo, lo que hace de estos espacios dinámicos de participación.

Andreas M. Kaplan y Michael Haenlein (2010), hablan acerca de que existe una comprensión limitada sobre lo que realmente significan las redes sociales, ya que estas suelen confundirse con otros conceptos como la Web 2.0 y el contenido generado por el usuario. En este sentido, los autores señalan que la Web 2.0 corresponde a la base tecnológica que permite la interacción en línea, mientras que el contenido generado por el usuario hace referencia a la información que las personas crean y comparten; por su parte, las redes sociales son el espacio donde se desarrollan estas dinámicas de interacción (Kaplan & Haenlein, 2010).

Igualmente, las redes sociales también se caracterizan porque los ciudadanos tienen la posibilidad de participar activamente, no solo visualizando información, sino que también la crean, de manera individual o colectiva. Esto se logra evidenciar en plataformas donde múltiples usuarios puede generar contenido de forma conjunta, lo que permite observar el carácter colaborativo de estos entornos digitales (Kaplan & Haenlein, 2010).

De acuerdo a su clasificación, Kaplan y Haenlein (2010) ordenan las redes sociales en diferentes categorías, según sus características, en las cuales se encuentran proyectos colaborativos, blogs, comunidades, las redes sociales en sentido estricto y los mundos virtuales. De tal modo que esta clasificación les permite comprender que las redes sociales se manifiestan de diferentes formas en los entornos digitales. (Kaplan & Haenlein, 2010).

Las plataformas digitales han adquirido una gran importancia ya que permiten establecer una comunicación directa, oportuna y de bajo costo a diferencia de los medios tradicionales, lo que las convierte en herramientas útiles tanto para grandes organizaciones como para pequeñas y medianas empresas (Kaplan & Haenlein, 2010).

9.2.2. Contenido político en redes sociales

Se entiende por contenido político en redes sociales a la información relacionada con mensajes, discursos, opiniones, relacionados con temas políticos, que circulan a través de plataformas digitales. Hoy en día las redes sociales han cambiado la manera en que se desarrolla la comunicación política especialmente en la producción distribución y visualización de la información.

Por consiguiente, las redes sociales han cambiado de manera significativa la manera tradicional de la información política, ya que permiten una amplia participación de diferentes actores en estos procesos. Como lo indica Casero-Ripollés (2018), las plataformas digitales han configurado un entorno más abierto y descentralizado, donde ya no solo los medios de comunicación y los actores políticos producen información, sino también los ciudadanos, quienes pueden crear y difundir contenidos de manera activa (Casero-Ripollés, 2018).

Asimismo, estas transformaciones han dado lugar a un nuevo medio comunicativo en donde la información circula de manera más rápida, lo que ha generado una mayor interacción entre los diferentes actores. Pero también esto implica retos importantes, ya que tanta información no siempre garantiza que sea de calidad, lo que podría dar lugar a la proliferación de desinformación o contenidos que no son verificados. (Casero-Ripollés, 2018).

Por lo tanto, el contenido político en redes sociales no solo abre más espacios para la participación ciudadana, sino que también impacta directamente en la manera en que se genera, se difunde y se valida la información política, permitiendo que más actores participen activamente y construyan nuevas formas de debate público en la actualidad.

9.2.3. Opinión pública

La opinión pública, es fundamental para comprender como se construyen las posturas de las personas dentro de una sociedad. Es decir, puede entenderse como el conjunto de ideas, opiniones y juicios que las personas forman frente a asuntos de interés común, a partir de procesos de interacción y comunicación.

Desde la perspectiva de Jürgen Habermas, retomada por Posada Gómez (s, f), la opinión pública se forma en lo que se denomina el “espacio público”, entendido como un escenario de la vida social donde los ciudadanos pueden reunirse para debatir, intercambiar ideas y expresar libremente sus posiciones frente a diferentes temas. En este sentido, las personas actúan como un público cuando tienen la posibilidad de comunicarse sin restricciones y participar activamente en discusiones de interés general (Posada Gómez, s,f).

Desde una perspectiva histórica, esta idea se vincula con la aparición del espacio público burgués en el siglo XVIII, momento en el cual la sociedad comenzó a cuestionar el poder político a través del uso de la razón y el debate. En este proceso, la prensa desempeñó un papel fundamental como medio para la difusión de información y el fomento del debate público, lo que permitió la consolidación de una opinión pública con capacidad de incidir en las decisiones políticas. (Posada Gómez, s,f).

Asimismo, la opinión pública no se mantiene ni es igual para todos, sino que se configura a partir de múltiples interacciones sociales en las que circulan ideas, argumentos y diferentes puntos de vista. Esto implica que su formación depende en gran medida de los medios de comunicación disponibles y de cómo se desarrolla el debate público.

Sin embargo, en las sociedades contemporáneas, este proceso puede verse afectado por factores como el papel de los medios de comunicación, los intereses económicos y políticos, así como la transformación del espacio público. Estas dinámicas pueden limitar la participación activa de los ciudadanos o la forma en que se construyen las opiniones en grupo.

En este contexto la perspectiva de Jürgen Habermas permite comprender que la opinión pública no siempre responde a ese ideal de debate libre y racional. Sino por el contrario en las sociedades actuales se encuentra atravesada por dinámicas de mediación e incluso manipulación. El autor distingue entre una opinión pública ideal basada en la deliberación crítica de los ciudadanos, y una opinión pública real, que muchas veces está influenciada por los medios, las instituciones y diversos intereses de poder (Habermas, 1994, págs. 261-263). De esta manera, la opinión pública puede entenderse como una especie de “ficción necesaria” dentro de la

democracia, ya que se asume como base de legitimidad política, aunque en la práctica no siempre refleje una participación ciudadana plenamente libre y consciente (Habermas, 1994, págs. 262-264).

A lo anterior se suma que, según Habermas, en las democracias de masas la opinión pública no es uniforme, sino que se divide en distintos niveles. Por un lado, existen opiniones informales o no públicas, que surgen en la vida cotidiana, en conversaciones, creencias o experiencias personales. Por otro, se encuentran las opiniones formales o institucionalizadas, que circulan a través de actores políticos, medios de comunicación y organizaciones (Habermas, 1994, págs. 269-272). Esta diferenciación permite comprender que muchas de las opiniones que predominan en la sociedad no provienen necesariamente de procesos deliberativos críticos, sino de dinámicas comunicativas mediadas, lo que limita su capacidad para incidir de manera autónoma en el control del poder.

Desde esta perspectiva más allá de lo planteado por los autores, resulta importante reconocer que la opinión pública sigue siendo un elemento central en la vida democrática, pero su verdadera fortaleza depende de que tan informados estén los ciudadanos y de las oportunidades reales que tengan para participar, opinar y debatir. Ya que no se trata solo de que existan opiniones, sino de que estas puedan construirse de manera consciente, crítica y en espacios donde realmente sean escuchadas.

9.2.4. Opinión ciudadana

La opinión ciudadana en redes sociales, se entiende como las diversas formas en que los ciudadanos expresan sus ideas y puntos de vista sobre asuntos de interés público en plataformas

digitales. Actualmente, estas plataformas se han pasado a ser escenarios donde las personas no solo visualizan información política, además de eso construyen y comparten sus propias interpretaciones sobre la realidad social y política.

Por lo tanto, las redes sociales han cambiado la forma en la que se construye la opinión ciudadana, ya que permiten una interacción constante entre usuarios, medios y quienes ejercen la política. En el artículo Casero-Ripollés (2018), afirma que estas plataformas han generado un entorno comunicativo más abierto, en el que los ciudadanos participan activamente en la circulación y reinterpretación de la información política. (Casero-Ripollés, 2018).

Así mismo, la opinión ciudadana en redes sociales se caracteriza por difundirse de forma casi inmediata y llegar a amplio público, lo que facilita que diferentes puntos de vista se hagan visibles rápidamente e influyan en otros usuarios. Esto origina que se comience a construir una opinión pública más dinámica, pero también más expuesta a fenómenos como la polarización y la desinformación.

De otra parte, el acceso constante a información y la posibilidad de interacción hacen que los ciudadanos no solo reciban mensajes, sino que también los cuestionen, los discutan y los transformen. Sin embargo, esta dinámica también trae retos, ya que no toda la información que circula es verificada, lo que puede incidir en la forma en que las personas construyen sus opiniones (Casero-Ripollés, 2018).

Finalmente, la opinión ciudadana en redes sociales adquiere un papel fundamental para comprender como se desarrollan estas dinámicas actuales de comunicación política ya que no solo se reflejan percepciones y posturas de la ciudadanía, sino que también incide en la forma en

que se construye, se transforma y se resignifica la opinión pública. En este entorno digital, las interacciones, los comentarios y los contenidos que se comparten contribuyen a un debate más abierto y participativo, aunque también algunos desafíos relacionados con la desinformación y la polarización.

9.2.5. Gestión pública

La gestión pública, se comprende como el conjunto de acciones, decisiones y procesos que llevan a cabo las entidades del Estado con el propósito de atender y dar respuesta a las necesidades de la población, Es decir, no se limita solamente a la administración de recursos, sino que abarca una labor más integral que abarca la planificación, la ejecución y el seguimiento de las políticas públicas se orientan a garantizar que estas se implementen de manera efectiva y se traduzcan en resultados concretos que beneficien a la ciudadanía.

Es por ello que, en este sentido, el concepto de gestión destaca la importancia de actuar de manera práctica, oportuna y orientada a objetivos, permitiendo que las decisiones del Estado no se queden únicamente en lo teórico, sino que se traduzcan en acciones reales dentro del territorio (Muñoz, 2020, pág. 96). Esto hace que la gestión pública tenga un papel fundamental, ya que es el medio a través del cual se implementan las políticas y se garantiza su cumplimiento.

De igual forma, la gestión pública se entiende como el proceso de dirección y conducción de las políticas públicas, lo que implica coordinar recursos, actores y estrategias para lograr los objetivos propuestos. En otras palabras, no basta con diseñar políticas, sino que es necesario gestionarla adecuadamente para que generen impacto en la sociedad (Muñoz, 2020, págs. 97-98).

Finalmente, es importante entender que la gestión pública y las políticas públicas mantienen una relación estrecha, hasta el punto de considerarse como dos caras de una misma realidad: mientras las políticas representan lo que se quiere lograr, la gestión corresponde a la forma en que esos propósitos se llevan a la práctica. Por ello, una buena gestión pública es clave para fortalecer la confianza de la ciudadanía y mejorar la calidad de los servicios que presta el Estado (Muñoz, 2020, pág. 98).

9.3 Marco Legal

La presente investigación se fundamenta en el marco normativo colombiano que regula el acceso a la información, la participación ciudadana y la libertad de expresión.

En este sentido, la Constitución Política de Colombia (1991) en su artículo 20, reconoce el derecho a la libertad de expresión y a recibir información veraz e imparcial. Este artículo se convierte en un punto de partida clave para el análisis del flujo de información en redes sociales, ya que establece las bases para comprender como se ejerce la comunicación en los entornos digitales actuales (Constitución Política de Colombia, 1991)art 20.

Asimismo, la ley 1712 de 2014 permite garantizar el derecho que tienen todas las personas de consultar información pública, estableciendo que toda la información en manos de las entidades del Estado debe ser accesible, salvo algunas excepciones que define la ley. Además, promueve la transparencia, garantizando que la información sea clara oportuna y veraz, no solo cuando es solicitada sino también mediante su publicación constante, lo que permite

fortalecer la participación ciudadana y el control social sobre la gestión pública (Ley 1712, 2014).

De otra parte, dentro del conjunto de leyes que conforman el marco normativo orientado a regular y fortalece la participación ciudadana en Colombia, se encuentra la ley 134 de 1994, “por la cual se dictan normas sobre mecanismos de participación ciudadana”. Esta norma permite que los ciudadanos intervengan de manera directa en las decisiones públicas a través de distintos mecanismos como el referendo, la consulta popular, el cabildo abierto, el plebiscito, la iniciativa legislativa, la revocatoria del mandato. (Ley 134, 1994).

Por su parte la ley 1757 de 2015 amplía y fortalece estos mecanismos de participación ciudadana, tales como el referendo, la consulta popular el cabildo abierto, la iniciativa legislativa y la revocatoria del mandato, promoviendo una participación más activa e incluyente. Asimismo, establece la obligación de las entidades públicas de generar espacios, estrategias y políticas que faciliten la intervención de la ciudadanía en la gestión pública y el control del poder político (LEY ESTATUTARIA 1757, 2015).

Adicionalmente el Decreto 1008 de 2018, “por el cual se establecen los lineamientos generales de la política de Gobierno Digital.”, promueve el uso y aprovechamiento de tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) con el fin de fortalecer la eficiencia, la transparencia y la interacción entre el Estado y la ciudadanía. Esta política establece que todas las entidades públicas y los particulares que ejercen funciones administrativas deben implementarla con el fin de garantizar servicios más eficientes, accesibles, confiables. Asimismo promueve la articulación de diversos actores como los son: la ciudadanía, el sector

privado, la sociedad civil, entre otros, con el propósito de impulsar una gestión pública más transparente, orientada al fortalecimiento de la confianza institucional y el aprovechamiento de los entornos digitales para la generación de valor público (Decreto 1008 , 2018)

Este marco normativo, en conjunto permite comprender que la utilización de las redes sociales en la gestión pública debe desarrollarse conforme a principios como la veracidad, transparencia y la responsabilidad en la comunicación. En la medida en que estas constituyen un medio para la difusión de información pública y el ejercicio de los derechos ciudadanos. Esto no solo garantiza el acceso a la información veraz y oportuna, sino que también permite que la ciudadanía pueda involucrarse activamente en los asuntos públicos y ejercer control sobre las instituciones.

En Colombia el derecho a la información, la libertad de expresión y la participación ciudadana se constituyen como pilares fundamentales de la gestión pública, es por esto que la incorporación de estrategias digitales permite fortalecer estos procesos, al facilitar canales de comunicación que promueven la interacción del Estado y la sociedad todo ello con el fin de contribuir a fortalecer la confianza institucional construyendo de esta manera una ciudadanía más informada y participativa.

9.4 Marco Institucional

La presente investigación se sitúa en la Administración Municipal de Sogamoso, que como entidad territorial orienta su gestión al cumplimiento de los fines esenciales del Estado, con énfasis en el servicio a la comunidad y la mejora de la calidad de vida de los habitantes, tal como está establecido en el Plan de Desarrollo Municipal 2020-2023 “*Sogamoso tarea de*

todos”, el cual constituye la hoja de ruta de la administración durante dicho periodo (Alcaldía de Sogamoso, 2020, pág. 6)

El plan fue formulado a partir de diferentes procesos que involucraron la participación de diferentes sectores sociales, grupos poblacionales, organizaciones e instituciones del municipio lo que permitió identificar las necesidades del territorio con el propósito de guiar las acciones del gobierno hacia una solución de problemáticas prioritarias (Alcaldía de Sogamoso, 2020, pág. 6).

Por lo tanto, la Administración Municipal de Sogamoso fundamenta su gestión bajo principios de transparencia, participación ciudadana, equidad social y el fortalecimiento institucional, quienes sirven de base para el ejercicio de la función pública y buscan que se garantice el interés general sobre el particular (Alcaldía de Sogamoso, 2020, pág. 12).

Adicionalmente, promueve espacios donde la ciudadanía pueda intervenir activamente en los asuntos de interés local y contribuir al fortalecimiento de la confianza entre el Estado y la sociedad, reconociendo a la participación ciudadana como un pilar fundamental de la toma de decisiones públicas (Alcaldía de Sogamoso, 2020, pág. 13).

Asimismo, el Plan de Desarrollo, resalta como herramientas claves para fortalecer la transparencia y el acceso a la información e interacción Municipal y la ciudadanía a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Las cuales facilitan el control social y la construcción de una gestión pública más eficiente (Alcaldía de Sogamoso, 2020, pág. 14).

Por otra parte, el Plan de Desarrollo se estructura en líneas estratégicas que orientan el accionar institucional, entre las cuales se destaca el fortalecimiento institucional y la seguridad ciudadana, así como la promoción del desarrollo sostenible, la innovación y el crecimiento organizado del municipio (Alcaldía de Sogamoso, 2020, pág. 7).

Con respecto a su organización interna, la Administración Municipal de Sogamoso, se estructura a través de diferentes dependencias y secretarías que se encargan de ejecutar las políticas públicas y garantizar la prestación de servicios a la ciudadanía. Al interior de esta estructura, la gestión de la comunicación institucional suele estar a cargo de oficinas o dependencias relacionadas con prensa, comunicaciones o tecnologías de la información, las cuales cumplen un papel fundamental en la difusión de información oficial y en la relación entre el Estado y la ciudadanía.

En cuanto a la comunicación pública, el Plan de Desarrollo evidencia su importancia como un proceso estratégico dentro de la administración municipal, orientado a garantizar la difusión de información relevante hacia la ciudadanía y fortalecer los canales de interacción institucional (Alcaldía de Sogamoso, 2020, pág. 33).

En este contexto, la comunicación pública empezó a tener un papel bastante importante, ya que ayudó a orientar a las personas, a dar a conocer las medidas de prevención y también a mantener ese contacto entre el Estado y la comunidad en medio de una situación tan difícil como lo fue la crisis sanitaria.

De otra parte, se puede ver que la comunicación institucional en el Municipio de Sogamoso no se queda solo en informar. También influye en la forma en que la gente participa, en cómo accede a la información y en la manera en que se va formando una opinión frente a lo que hace la administración. Esto se nota aún más hoy en día, donde las redes sociales y las herramientas digitales tienen un papel muy importante en todo este proceso.

Sin embargo, el diagnóstico del municipio evidencia varias problemáticas sociales relacionadas con la educación, los ingresos, la salud y, especialmente, con el acceso y uso de herramientas digitales. Una parte importante de la población aun enfrenta dificultades en el

manejo de estas tecnologías, lo que dificulta su acceso a la información y limita su participación en los entornos digitales (Alcaldía de Sogamoso, 2020, pág. 34). Este aspecto es fundamental para este estudio, ya que evidencia que no todos los ciudadanos tienen las mismas posibilidades de acceder a la información a través de redes sociales, lo cual puede incidir en la manera en que se forma y se construye la opinión pública.

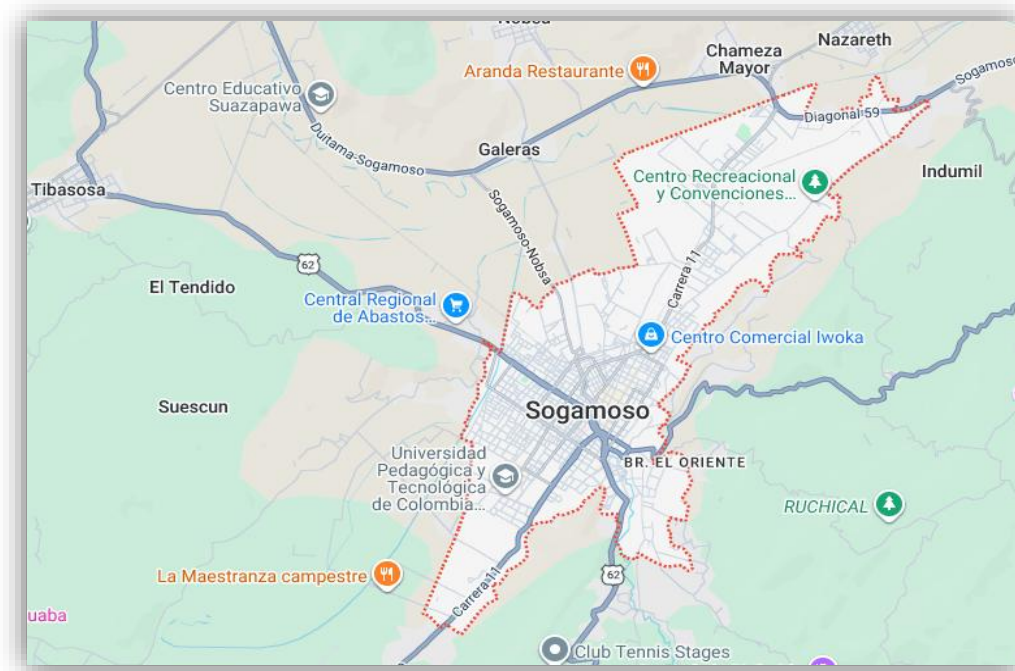
Frente a esta situación, el Plan de Desarrollo reconoce la importancia de reducir estas brechas mediante el fortalecimiento del acceso a servicios, la educación y la inclusión digital (Alcaldía de Sogamoso, 2020, pág. 35). A esto se suma la articulación con la Política de Gobierno Digital, liderada por el MinTIC, que busca promover el uso de las TIC para mejorar los servicios, fortalecer la transparencia y fomentar la participación ciudadana (MinTIC, s.f).

Adicionalmente, durante el año 2020, en medio de la pandemia por el COVID-19, la Administración Municipal de Sogamoso implementó diferentes estrategias de comunicación, como decretos y circulares informativas, con el fin de orientar a la ciudadanía, con el fin de garantizar que se mantuvieran informados en tiempo real (Alcaldía de Sogamoso, 2020, pág. 40). En este orden de ideas, la comunicación pública se volvió muy importante para mantener un vínculo entre la administración y la comunidad.

En este sentido, la comunicación institucional en Sogamoso no solo cumple con la función de informar, sino que también incide en la manera en que la ciudadanía, participa, accede a la información y forma su opinión. Esto cobra mayor importancia en un contexto donde las redes sociales y la tecnología tienen cada vez más presencia en la vida cotidiana.

9.5 Marco Geográfico

Ilustración 1 Mapa Ubicación de Sogamoso



Fuente: (Google maps, 2026)

El Municipio de Sogamoso hace parte del departamento de Boyacá, en la provincia de Sugamuxi, siendo uno de los territorios más representativos de esta región. Su ubicación geográfica le permite conectarse con diferentes municipios cercanos, lo que favorece el desarrollo de actividades económicas, sociales y administrativas. Además, se caracteriza por contar con una división entre zona urbana y rural, lo que influye en las dinámicas de vida de su población (Alcaldía de Sogamoso, 2020, pág. 17).

Sogamoso es un municipio que tiene bastante importancia a nivel departamental, principalmente por el papel que cumple como centro económico, comercial y de servicios dentro de la provincia de Sugamuxi. En este territorio se reúnen diferentes instituciones públicas, educativas y de salud, lo que hace que sea un referente para los municipios cercanos.

Adicionalmente, su desarrollo urbano y su capacidad de articulación regional le permiten desempeñar un papel clave en la gestión pública y en la implementación de políticas orientadas al bienestar de la ciudadanía (Alcaldía de Sogamoso, 2020, pág. 7).

En cuanto al contexto social, en el municipio de Sogamoso se ponen en evidencia distintas dinámicas relacionadas con el acceso a la información, la participación ciudadana y el uso de tecnologías digitales. De acuerdo con el plan de Desarrollo Municipal 2020-2023, todavía existen brechas importantes en el acceso y uso de estas herramientas, especialmente entre la población urbana y rural. Esto puede generar desigualdades en la forma en que las personas se informan y participan en los asuntos públicos (Alcaldía de Sogamoso, 2020, pág. 34).

De esta manera las redes sociales se han convertido en un medio clave de comunicación entre la administración municipal y la ciudadanía ya que permiten difundir información, generar interacción y aportar a la construcción de opinión pública. Sin embargo, su uso no es igual para toda la población ya que se presentan factores como la edad, el nivel socioeconómico y el acceso a internet, influyen directamente en la manera en que las personas se informan y participan en estos espacios digitales.

En este sentido, analizar el contexto social y geográfico de Sogamoso, se entiende que, aunque las redes sociales se han convertido en una herramienta clave para fortalecer la comunicación pública, todavía persisten desafíos importantes en términos de inclusión digital y el acceso equitativo a la información.

10. DISEÑO METODOLOGICO

10.1. Línea de Investigación

El presente estudio se fundamenta en la línea de toma de decisiones en la administración pública, contemplada en el plan nacional quinquenal de investigaciones 2021-2025 de la ESAP, por lo tanto, analiza como la información que se comparte en redes sociales incide en la formación de la opinión ciudadana y como aquella percepción logra incidir en la legitimidad, confianza y evaluación la gestión de lo público en el municipio de Sogamoso.

El estudio parte de la idea que las decisiones públicas no se toman en aislamiento, sino en un contexto social donde la opinión ciudadana es clave. Por eso Entender cómo se forma esa opinión en los entornos digitales ayuda a mejorar la comunicación institucional y la relación entre ciudadanía y administración municipal.

10.2. Tipo de Investigación

El estudio es de tipo descriptivo-Correlacional, Es descriptivo porque se centra en identificar y describir los tipos de contenido político que circulan en redes sociales sobre la Administración Municipal de Sogamoso, así como los niveles de percepción y evaluación que tienen las personas frente a la administración municipal.

También es correlacional porque busca analizar si existe relación entre el consumo de información política en redes sociales y la formación de la opinión ciudadana, sin intervenir ni modificar las variables del entorno.

11. ESTRUCTURA METODOLOGICA

Para el desarrollo de este estudio, el enfoque metodológico se llevará a cabo de la siguiente manera:

Para el levantamiento de la información se utilizará una encuesta estructurada, la cual será diseñada con preguntas cerradas y una pregunta abierta. Esta se aplicará de manera virtual, a través de formularios en línea (Microsoft Forms), lo cual permitirá facilitar el acceso al participante, Sin embargo, también se realizará la aplicación de manera presencial a algunas personas, apoyándose en el uso de un celular, con el fin de encuestar directamente a algunas personas en el municipio y de esta manera ampliar su participación.

La encuesta estará dirigida a ciudadanos mayores de 18 años, residentes del municipio de Sogamoso, que utilicen redes sociales y que hayan estado expuestos a información relacionada con la gestión de la Administración Municipal durante el periodo 2020-2023.

Los participantes serán seleccionados mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, considerando su disponibilidad, disposición para participar y uso habitual de redes sociales.

La aplicación de la encuesta se llevará a cabo durante el periodo 2026 y se compartirá por medio de redes sociales, contactos cercanos y aplicación directa en algunos espacios del municipio, con el fin de obtener entre 80 y 120 respuestas.

Para analizar la información, los datos recolectados se organizarán y procesarán en herramientas como Microsoft Excel, lo que permitirá sistematizar la información de manera ordenada y facilitar su interpretación, allí se realizará un análisis descriptivo a partir de

frecuencias y porcentajes, que permitan identificar patrones en el uso de las redes sociales y su incidencia en la opinión ciudadana.

Adicional a esto, se hará un análisis de contenido de los datos obtenidos de algunas publicaciones y comentarios en redes sociales oficiales de la administración municipal de Sogamoso, donde se tendrán en cuenta aspectos como tipo de comentario (crítica, apoyo, denuncia, entre otros), el tono (positivo, negativo o neutro) y los temas abordados con el fin de reforzar los resultados obtenidos de la encuesta.

Este análisis servirá para complementar la información obtenida en la encuesta y entender de manera más cercana como se construye la opinión ciudadana en los entornos digitales.

11.1. Hipótesis

El contenido que circula en redes sociales sobre la gestión de la Administración Municipal de Sogamoso incide en la opinión ciudadana de los habitantes del municipio durante el periodo 2020–2023.

Con el fin de operacionalizar esta hipótesis, se establecen las siguientes variables, definiciones e indicadores:

Tabla 1: Variables e indicadores de la hipótesis

Variables e indicadores de la hipótesis

Técnica / Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores
Contenido que circula en redes sociales	Información relacionada con la gestión municipal que se difunde en redes sociales y es visualizada por los ciudadanos.	Se medirá mediante las respuestas obtenidas en la encuesta, orientadas a caracterizar: el tipo de contenido que consumen los ciudadanos (financiero, administrativo, talento humano, atención al ciudadano, procedimientos, entre otros), el nivel de interacción con dichas publicaciones (número de “likes”, comentarios o compartidos), las redes sociales utilizadas, los temas tratados y la frecuencia de uso o exposición a este tipo de información.	Porcentaje de ciudadanos según tipo de contenido consumido; número de interacciones con publicaciones (likes, comentarios o compartidos); tipos de redes sociales utilizadas; frecuencia de uso y exposición a contenidos sobre la gestión municipal.
Opinión ciudadana	Percepción o valoración que tienen las personas frente a la gestión de la Administración Municipal	Se medirá mediante preguntas de encuesta orientadas a analizar la percepción de las personas sobre la gestión municipal, su nivel de confianza en la administración y el grado de influencia que tiene la información difundida en redes sociales en cómo se forma su opinión.	Nivel de confianza institucional; porcentaje de evaluación de la gestión (positiva, negativa o regular); nivel de credibilidad de la información en redes sociales; grado de influencia en la opinión pública.

Elaboración: Fuente propia

12.2 Universo

El universo de análisis de esta investigación está conformado por la totalidad de habitantes del municipio de Sogamoso mayores de 18 años, los cuales constituyen la población potencial que tiene acceso a redes sociales y puede visualizar información relacionada con la gestión de la Administración Municipal de Sogamoso.

12.3 Población

La investigación considerará a ciudadanos mayores de 18 años entre ellos jóvenes y mujeres habitantes del municipio de Sogamoso que hayan residido en el municipio durante el periodo 2020-2023 y que utilicen redes sociales como medio de acceso a información sobre la gestión de la Administración Municipal.

12.4. Muestra

Para este estudio, la muestra se definirá a partir de un muestreo no probabilístico por conveniencia, de acuerdo con la disponibilidad de los participantes. En este caso, se seleccionarán principalmente ciudadanos del municipio de Sogamoso que hagan uso activo de redes sociales, ya que cumplen con las características necesarias para el desarrollo del estudio. A través de este muestreo se puede recopilar información valiosa con los recursos disponibles, lo que contribuye a entender como la población consume contenido digital.

Se contará con una muestra de entre 80 y 120 personas, distribuidas entre hombres y mujeres, tratando de que los participantes tengan diferentes edades, estratos, tanto del sector urbano como del rural, que participaran de manera voluntaria. Los participantes serán

contactados principalmente a través de redes sociales y contactos cercanos. Se priorizará que los participantes hayan vivido en el municipio de Sogamoso durante el periodo 2020-2023 y que durante este tiempo hayan recibido información relacionada con la gestión de la Administración Municipal.

El tamaño de la muestra se definió teniendo a partir de las condiciones reales del desarrollo del estudio, tales como el tiempo disponible, los recursos y la facilidad de acceso al participante. Es por ello que el número permite recolectar información suficiente para identificar tendencias en el uso de redes sociales, los tipos de contenido que visualizan las personas y su posible influencia en la opinión ciudadana. Al mismo tiempo hace posible que el trabajo de recolección y análisis de la información sea manejable dentro del alcance de la investigación.

Aunque este tipo de muestreo no busca representar a toda la población, si permite obtener información útil y acorde con los objetivos de la investigación. Esto es especialmente importante para entender los hábitos de consumo digital y la forma en que las personas perciben la gestión pública en entornos digitales.

12.5. Instrumentos de Recolección de la Información

Para la recolectar la información se aplicará la una encuesta, la cual permitirá conocer de primera mano la opinión de los ciudadanos del municipio de Sogamoso sobre el uso de redes sociales y su percepción frente a la gestión de la Administración Municipal durante el periodo 2020-2023.

Es importante dejar claro que este instrumento se complementa con la identificación y análisis del contenido que circula en redes sociales sobre la gestión pública del municipio de

Sogamoso, lo cual permite tener una base de referencia sobre los tipos de publicaciones, los comentarios y las dinámicas de comunicación que se presentan en estos espacios digitales.

La encuesta se diseñará con preguntas cerradas y una pregunta abierta, con el fin de facilitar su aplicación y posterior análisis. A través de este instrumento se buscará identificar la frecuencia con la que las personas utilizan redes sociales, los tipos de contenidos a los que están expuestas (como informativos, administrativos, críticos, de opinión o humorísticos), así como la percepción que estos generan y su posible incidencia en la formación de la opinión ciudadana.

El cuestionario estará organizado en varias secciones: En la primera parte se incluirán preguntas básicas para caracterizar a los participantes tales como edad, condición de residencia durante el periodo 2020-2023; En la segunda parte se abordará el uso de redes sociales. Luego se explorará el tipo de contenido que circula sobre la Administración Municipal y Finalmente, se incluirán preguntas orientadas a comprender la percepción ciudadana y la forma en que se forma la opinión frente a la gestión pública.

La encuesta será aplicada de forma virtual, mediante formularios en línea, lo que lo que permitirá facilitar el acceso a los participantes y optimizar el proceso de recolección de la información.

12.5.1. Análisis de contenido en redes sociales

Como complemento a la encuesta, en esta investigación también se realizará un análisis de contenido de algunas publicaciones y comentarios en las redes sociales oficiales de la Administración Municipal de Sogamoso.

Este análisis permitirá identificar, de manera más cercana, como se expresa la ciudadanía en estos espacios digitales a partir de lo que publica la Administración Municipal, así mismo permitirá observar que tipo de contenido circula, cómo reaccionan los usuarios y cuáles son los temas que más se repiten en relación con la gestión pública.

Para esto se seleccionarán algunas publicaciones representativas de la página oficial de la Alcaldía de Sogamoso durante el periodo 2020–2023, relacionadas con temas como movilidad, gestión administrativa, impuestos y actividades institucionales. A partir de estas publicaciones, se revisarán los comentarios de los usuarios y se organizarán según tres aspectos: el tipo de comentario (queja, crítica, apoyo, propuesta, solicitud, denuncia u opinión), el tono del comentario (positivo, negativo o neutro) y el tema al que hacen referencia (movilidad, impuestos, gestión pública, participación, entre otros).

Este análisis permitirá tener una idea más clara del tipo de interacciones que se generan en redes sociales frente a la administración municipal. Además, complementará la información de la encuesta y ayudará a entender mejor cómo se va formando la opinión ciudadana en estos espacios digitales.

ENCUESTA

Uso de redes sociales y percepción sobre la Gestión de la Administración Municipal de Sogamoso

La presente encuesta tiene como objetivo conocer cómo los ciudadanos del municipio de Sogamoso utilizan las redes sociales y de qué manera estas influyeron en su opinión sobre la gestión de la Administración Municipal durante el periodo 2020–2023.

La información será utilizada únicamente con fines académicos. La encuesta es anónima y no tomará más de 3 a 5 minutos.

Algunas preguntas hacen referencia al periodo 2020-2023. Por favor, responda con base en su experiencia durante ese tiempo.

¡Gracias por su participación!

[Uso de redes sociales y percepción sobre la gestión de la Administración Municipal :](#)

[Rellenar formulario](#)

Parte 1: Datos generales

1. ¿En qué rango de edad se encuentra?

- 18 a 25 años
- 26 a 35 años
- 36 a 45 años
- 46 años o más

2. ¿Durante el periodo 2020–2023 vivía en el municipio de Sogamoso?

- Si
- No

3. ¿Cuál es su Género?

- Femenino
- Masculino
- Otro

- Prefiero no responder

Parte 2: Uso de Redes Sociales

4. ¿Utiliza redes sociales para informarse sobre temas del municipio o de la Administración Municipal?

- Si
- No

5. ¿Cuáles redes sociales utiliza con mayor frecuencia? (Puede seleccionar varias opciones)

- ☐ Facebook
- ☐ Instagram
- ☐ TikTok
- ☐ X (Twitter)
- ☐ WhatsApp
- ☐ Otras

6. ¿Con qué frecuencia utiliza redes sociales?

- Todos los días
- Varias veces a la semana
- De vez en cuando

7. Pensando en el periodo 2020-2023, ¿recuerda haber visto información sobre gestión de la Administración Municipal de Sogamoso en redes sociales?

- Sí
- No

8. Pensando en el periodo 2020-2023, ¿Desde qué tipo de cuentas veía principalmente contenido sobre la Administración Municipal?

- ☐ Página oficial de la Alcaldía
- ☐ Medios de comunicación
- ☐ Perfiles personales
- ☐ Grupos (Facebook, WhatsApp, etc.)

9. Durante el periodo 2020-2023, ¿Qué tipo de contenido ha visto sobre la Administración Municipal?

- ☐ Información financiera (presupuesto, inversión)
- ☐ Información administrativa (gestión institucional)
- ☐ Información sobre funcionarios o contrataciones
- ☐ Atención al ciudadano
- ☐ Trámites y servicios
- ☐ Obras y proyectos
- ☐ Noticias
- ☐ Opiniones de usuarios

- ☐ Denuncias o críticas
- ☐ Contenido humorístico (memes, etc.)
- ☐ Otras

10. ¿Con qué frecuencia veía este tipo de contenido?

- Todos los días
- Varias veces a la semana
- Una vez a la semana
- Rara vez
- Nunca

11. En general, los comentarios sobre la gestión de la Administración Municipal en Sogamoso que usted analiza o revisa en redes sociales durante el periodo 2020-2023 eran:

- Mayormente positivos
- Mayormente Negativos
- No preste atención a los comentarios

12. Cuando encontraba este tipo de publicaciones, usted generalmente:

- Solo las observa
- Les da “me gusta”
- Las comenta

- Las comparte
- Realiza varias de las anteriores

13. En el periodo 2020-2023, ¿Considera que en redes sociales se habla con frecuencia de la gestión de la Administración Municipal?

- Sí, con frecuencia
- A veces
- Casi no

Parte 3: Percepción sobre la gestión de la Administración Municipal

14. ¿Qué tanta confianza le generaba la información sobre la Administración Municipal que circulaba en redes sociales?

- Mucha confianza
- Algo de confianza
- Poca confianza
- Ninguna confianza

15. En su opinión, durante el periodo 2020-2023, en redes sociales se compartía información falsa o engañosa sobre la administración Municipal:

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo

- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

16. Cuando encuentra información sobre la Administración Municipal en redes sociales, usted generalmente:

- Confía en ella
- La cuestiona o trata de verificarla
- No le presta mucha atención

17. ¿Considera que la información en las redes sociales influyó en su opinión sobre la gestión de la Administración Municipal durante el periodo 2020–2023?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

18. Durante la pandemia del COVID-19 (2020-2021), ¿considera que aumentó su uso de redes sociales?

- Sí, aumento mucho
- Si, aumento un poco
- No cambio

- Disminuyo

19. ¿Durante la pandemia COVID-19, la información en redes sociales influyó en su percepción sobre la gestión de la Administración Municipal?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

20. Pensando en la información que vio en redes sociales del periodo 2020-2023, ¿cómo califica la gestión de la Administración Municipal de Sogamoso?

- Buena
- Regular
- Mala

21. Pensando en el periodo 2020-2023, ¿Qué nivel de confianza tiene usted en la Administración Municipal de Sogamoso?

- Alto
- Medio
- Bajo
- Ninguno

22. ¿Considera que la Administración Municipal durante el periodo 2020-2023, utilizó adecuadamente las redes sociales para informar a la ciudadanía?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

23. En general, usted considera que durante el periodo 2020-2023, las redes sociales:

- Ayudaron a mejorar la percepción de la gestión de la Administración Municipal
- Generaron confusión o desinformación
- No influyeron significativamente

Parte 4: pregunta abierta

24. Si desea, puede compartir su opinión sobre el uso de redes sociales y la gestión de la Administración Municipal durante el periodo 2020-2023:

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Presentación de Resultados

En este capítulo se muestran los resultados obtenidos a partir de la aplicación de la encuesta, la cual fue aplicada a ciudadanos del municipio de Sogamoso. A través de la información recolectada, fue posible comprender de manera más cercana como las personas usan las redes sociales, así mismo analizar el tipo de contenido que circula en redes sociales y la percepción de los ciudadanos frente a la gestión de la Administración Municipal durante el periodo 2020-2023.

Los resultados se organizaron en diferentes bloques temáticos, con el fin de facilitar su comprensión y análisis empezando por la caracterización de la población encuestada, el uso de redes sociales, la exposición a la información, el tipo de contenido que visualizan y la percepción ciudadana.

1. Análisis de la comunicación institucional en redes sociales

A continuación, se presentan los resultados de analizar las publicaciones que realizaron en los canales digitales de la Alcaldía de Sogamoso, con el fin de comprender el nivel de interacción y participación ciudadana. Para esto se examinaron las redes Sociales, Facebook, YouTube, Instagram y TikTok, se seleccionaron debido a la disponibilidad de información durante el periodo de estudio. Este análisis permitió identificar las dinámicas de comunicación, los tipos de contenido difundido y las formas de respuesta por parte de la ciudadanía.

Análisis de publicaciones de Facebook

Tabla 2: Análisis de Facebook

Categoría	Resultado
Seguidores	93.000
Cuentas seguidas	100
Periodo analizado	2020-2023
Publicaciones analizadas	13
Tipo de búsqueda	Filtrado por periodo mediante herramienta de búsqueda de Facebook
Criterio de selección	Publicaciones relevantes con mayor interacción ciudadana
Tipo de contenido	Informativo, institucional, social y administrativo

Fuente: elaboración propia datos tomados de Pagina de Facebook (Alcaldia de Sogamoso, s.f.)

Al analizar la red social de Facebook de la Alcaldía de Sogamoso, esta se destaca como un canal oficial de amplio alcance, posicionándola como una de las principales herramientas de comunicación entre la ciudadanía y la administración municipal.

Tabla 3: Consolidado de publicaciones 2020-2023

Año	Publicación	Tipo de comentario predominante	Tono	Tema principal
2020	Medidas COVID-19	Pregunta Opinión	Mixto	Salud pública
2020	Ayudas humanitarias	Opinión Agradecimiento Crítica	Mixto	Gestión social
2020	Reactivación económica	Opinión Solicitud	Mixto	Economía
2021	Infraestructura educativa	Opinión Crítica	Mixto	Educación Infraestructura
2021	Construcción UBA Monquirá	Opinión Solicitud Crítica	Mixto	Salud Infraestructura
2021	Seguridad	Crítica Denuncia	Negativo	Seguridad

2021	Vacunación COVID-19	Pregunta Queja	Negativo	Salud Pública
2022	Feria de servicios	Crítica Opinión	Negativo	Gestión pública
2022	Capturas Seguridad	Crítica Denuncia	Negativo	Seguridad
2022	Fiestas de Sogamoso	Crítica Opinión	Negativo	Cultura Gestión pública
2022	Proyecto Coservicios	Crítica Denuncia	Negativo	Infraestructura Corrupción percibida
2023	Alumbrado público rural	Crítica Denuncia	Negativo	Infraestructura Gestión pública
2023	Certificación categoría municipal	Crítica Opinión	Negativo	Gestión pública Finanzas

Fuente: elaboración propia datos tomados de página de Facebook (Alcaldía de Sogamoso, s.f.).

Durante el periodo 2020-2023, se logró identificar publicaciones constantes de contenido, lo cual representa una limitación al momento de determinar la cantidad de publicaciones realizadas, pero a su vez, esta misma permite identificar que hay una comunicación activa a nivel institucional en la que se difunde la información de manera continua.

La recolección de dicha información se realizó filtrando las fechas de la plataforma, lo que permitió ubicar publicaciones correspondientes al periodo de tiempo analizado, a partir de ello se seleccionaron 13 publicaciones, priorizando aquellas que contaban con mayores interacciones ciudadanas en cuanto a comentarios, reacciones y contenido compartido. En cuanto a su tipo de contenido se puede observar publicaciones de carácter informativo, institucional, gestión social, administrativa. Se puede decir que Facebook funciona como un medio para comunicar las acciones del gobierno, tales como programas, decisiones administrativas, y actividades que desarrolla la alcaldía.

Análisis de publicaciones en Youtube

Tabla 4: Análisis YouTube

Categoría	Resultado
Suscriptores	181
Videos Totales	108
Publicaciones Analizadas	19
Visualizaciones promedio	20-25
“Me gusta”	0-4
Comentarios	No se evidencian
Tipo de Uso	Informativo

Fuente: Elaboración propia, tomado de Canal Oficial de Youtube (Alcaldía de Sogamoso, 2013)

Al analizar el canal oficial de YouTube, se logra evidenciar que la Alcaldía de Sogamoso presenta un bajo nivel de interacción por parte de la ciudadanía. Aunque existe contenido institucional relacionado con la gestión pública, las visualizaciones son limitadas y no se registran comentarios, lo que indica ausencia de participación.

Desde esta perspectiva, la plataforma se utiliza principalmente como un canal de difusión de información, sin lograr consolidarse como un espacio de dialogo o retroalimentación con la ciudadanía.

Análisis de publicaciones en Instagram

Tabla 5: Análisis Instagram

Categoría	Resultado
Seguidores	11.2 mil
Publicaciones	1528
Publicaciones Analizadas	Aprox. 200
Nivel de alcance	Alto
“Me gusta”	Moderados -altos

Comentarios	Bajos
Tipo de comentarios	Criticas, quejas, poco positivos
Lenguaje	En algunos casos ofensivo

Fuente: Elaboración propia tomado de Instagram de la Alcaldía de Sogamoso (Alcaldia de Sogamoso, 2018)

Al analizar la red social Instagram, se observa un mayor alcance en comparación con otras plataformas, lo cual se evidencia en el número de seguidores y las reacciones a las publicaciones. Sin embargo, la participación ciudadana es limitada en términos activos de interacción ya que los comentarios son escasos frente al volumen de usuarios.

Adicional a esto se identifica que la mayoría de los comentarios corresponden a críticas, quejas y expresiones de inconformidad frente a la gestión pública, en especial en temas relacionados con infraestructura, movilidad y administración municipal. También se logran evidenciar algunos comentarios de carácter positivo, los cuales son mínimos, aunque por otro lado se ven comentarios en lenguaje ofensivo, lo cual refleja una tensión entre la relación ciudadanía y administración. En este sentido es pertinente decir que Instagram se configura como un espacio de expresión ciudadana, pero con baja construcción de dialogo efectivo.

Análisis publicaciones X twitter

Tabla 6: Analisis X-Twitter

Categoría	Resultado
Seguidores	10.9 mil
Año de creación	Diciembre 2010
Cuentas seguidas	1,337
Publicaciones en periodo analizado	Desde febrero de 2025

Actividad histórica	No se evidencian publicaciones anteriores visibles
Nivel de interacción	Bajo
Tipo de uso	Poco activo

Fuente: Elaboración propia datos tomados de X-Twitter (Alcaldía de Sogamoso, 2010)

Al analizar la red social X Twitter, no fue posible realizar un análisis debido a que las publicaciones disponibles corresponden a la administración actual y no al periodo objeto de estudio, ya que esta no permite establecer patrones de interacción o participación ciudadana en el periodo de tiempo 2020-2023.

Análisis publicaciones de TikTok

Tabla 7: Análisis TikTok

Categoría	Cuenta 1	Cuenta 2
Seguidores	240	1103
Año de publicaciones	2021-2022	Desde 2024
Videos	6	66
Nivel de actividad	Muy bajo	medio
Interacción “me gusta”	4-40	moderada
Comentarios	Muy pocos o nulos	No evidenciados claramente
Tipo de contenido	Informativo institucional	Informativo institucional
Continuidad	No continua	Más reciente

Fuente: Elaboración propia tomado de TikTok (Alcaldía de Sogamoso, 2021)

Al analizar la red social TikTok, se evidencia una falta de continuidad y coherencia en la gestión de la comunicación digital por parte de la administración municipal de Sogamoso, se lograron identificar dos cuentas asociadas a la administración, lo que puede generar confusión

entre los ciudadanos. La primera cuenta presenta una actividad muy baja, con pocas publicaciones y escasa interacción, lo que indica un uso limitado de la plataforma durante el periodo de tiempo analizado.

De otra parte, la segunda cuenta muestra una mayor y más reciente actividad, sin embargo, no hay una transición clara entre ambas cuentas, lo que muestra una gestión desarticulada de la presencia institucional en esta red social. De este modo se puede decir que TikTok no se consolida como un canal efectivo de participación ciudadana, sino como un medio de difusión con interacción limitada.

ANALISIS DE LA INFORMACIÓN DE LA ENCUESTA

A continuación, se analizan la información recolectada a través de la encuesta que se realizó a ciudadanos del Municipio de Sogamoso con el fin de interpretar los resultados obtenidos en relación con el uso de redes sociales y su influencia en la percepción de la gestión de la Administración Municipal.

1. Caracterización de la población encuestada:

Pregunta 1:

Tabla 8: Edad

Edad				
18 a 25 años	26 a 35 años	36 a 45 años	46 años o mas	Total
15	20	29	30	94
15,96%	21,28%	30,85%	31,91%	100,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada 2026.

Pregunta 3:

Tabla 9: Género

Género				
Femenino	Masculino	Otro	Prefiero no responder	Total
66	28	0	0	94
70,21%	29,79%	0%	0%	100,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada 2026.

Tabla 10: Residencia

Vivía en Sogamoso		
Si	No	Total
94	6	100
94,00%	6,00%	100,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada 2026.

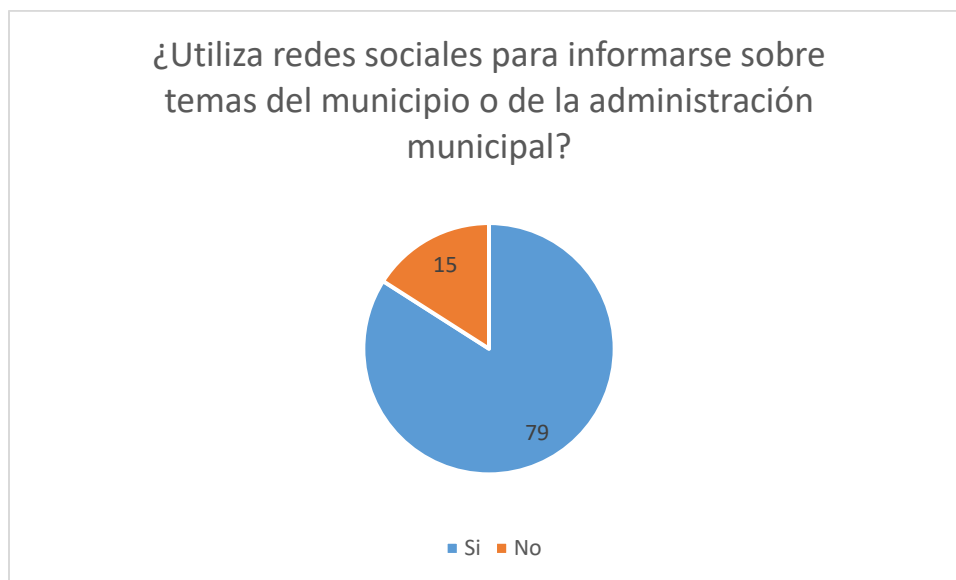
Para empezar, se realizó una caracterización general de las personas que participaron en la encuesta con el fin de entender mejor desde que contexto vienen los resultados. En cuanto a la edad, la mayoría de los participantes se encuentra entre los 36 y 45 años (30,85%) y de 46 años o más (31,91%), lo que muestra que hay una presencia importante de población adulta dentro del estudio. Asimismo, el 94% de las personas encuestadas manifestó haber vivido en el municipio de Sogamoso durante el periodo 2020–2023, lo que garantiza que los resultados se fundamentan en la experiencia directa de los ciudadanos frente a la gestión de la Administración Municipal.

En cuanto a la relación con el género, se observa una mayor participación del sexo femenino (70,21%), seguido del masculino (29,79%). En términos generales, estos datos permiten tener una buena base poblacional para el desarrollo del estudio, ya que asegura que las percepciones analizadas corresponden a ciudadanos que vivieron en el municipio durante el periodo analizado de la investigación.

2. Uso de redes sociales

Pregunta 4

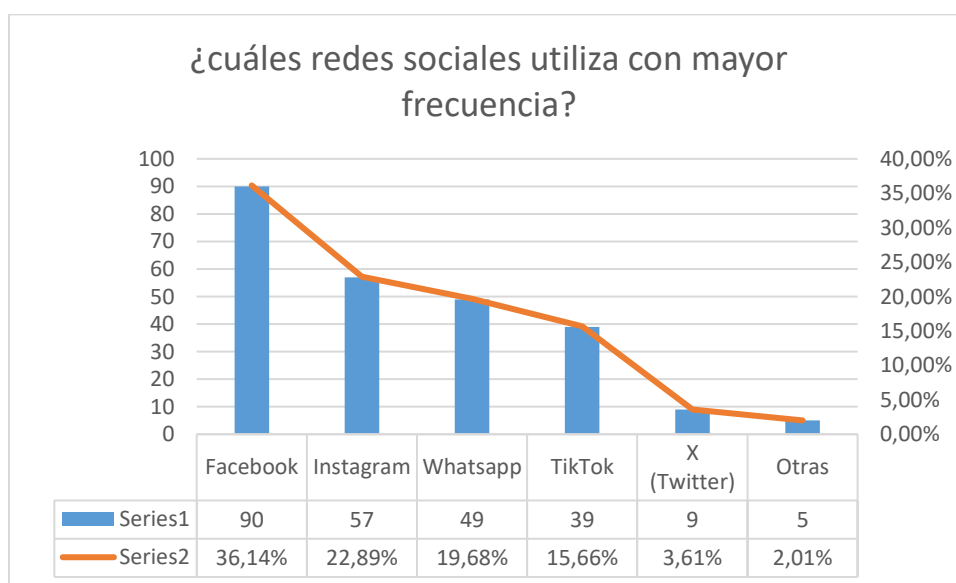
Ilustración 2: Uso de redes sociales para informarse sobre la Administración Municipal



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada 2026.

Pregunta 5

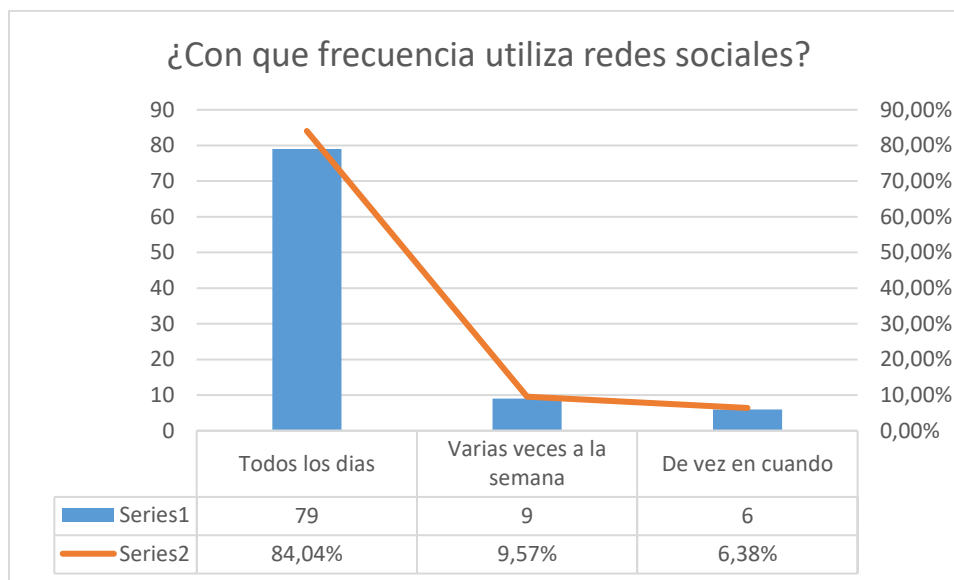
Ilustración 3: Redes sociales más utilizadas por los ciudadanos



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada 2026.

Pregunta 6

Ilustración 4: Frecuencia de uso de redes sociales



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada 2026.

En cuanto al uso de redes sociales, los resultados evidencian que estas plataformas hacen parte del entorno cotidiano de la mayoría de los ciudadanos. El 84,04% de las personas encuestadas manifestó que utiliza redes sociales, lo que demuestra un alto nivel de acceso y familiaridad con estos medios digitales en el municipio de Sogamoso. Este dato es importante, ya que confirma que las redes sociales se han convertido en un canal importante para el acceso a la información, incluso sobre temas relacionados con la gestión pública.

Con respecto al tipo de redes sociales más utilizadas se destaca Facebook (36,14%), seguida de Instagram (22,89%) y TikTok (15,66%). Es importante señalar que en esta pregunta las personas podían elegir varias opciones, por lo que el total de respuestas supera el número de los encuestados. Esto demuestra que los ciudadanos no dependen de un solo medio, sino que se

informan desde diferentes espacios digitales, lo que amplía la cantidad y variedad de información que reciben.

En cuanto a la frecuencia de uso de redes sociales, el 84,04% de los participantes afirmó que usa redes sociales todos los días. Esto deja ver que hay una interacción constante con estas plataformas, lo que hace que la información que circula allí tenga muchas posibilidades de ser vista, compartida y comentada de manera continua por los ciudadanos.

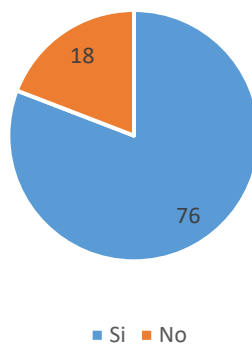
Desde esta perspectiva los resultados permiten comprender, que las redes sociales no solo sirven para comunicarse, sino que se han convertido en espacios donde la información circula todo el tiempo. Lo que puede influir en la forma en que los ciudadanos se informan y construyen su opinión frente a la gestión de la Administración Municipal. Esto resulta coherente con lo planteado en el marco teórico, donde se explica que las plataformas digitales han cambiado la manera en que las personas acceden, comparten, interpretan y entienden la información en la actualidad.

3. Exposición a información sobre la Administración Municipal en redes sociales

Pregunta 7

Ilustración 5: Recordación de información sobre la gestión de la Administración Municipal en redes sociales

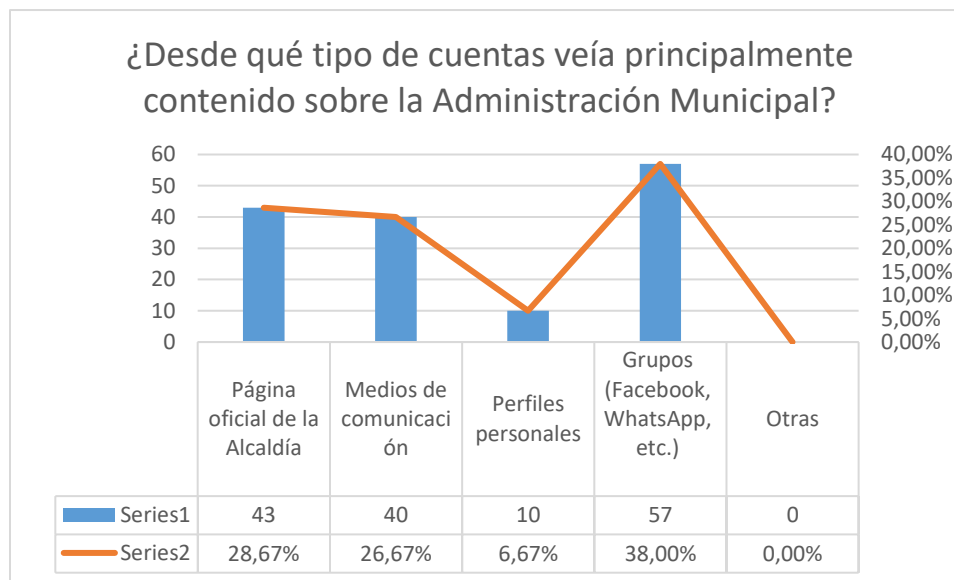
¿recuerda haber visto información sobre gestión de la Administración Municipal de Sogamoso en redes sociales?



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada 2026.

Pregunta 8

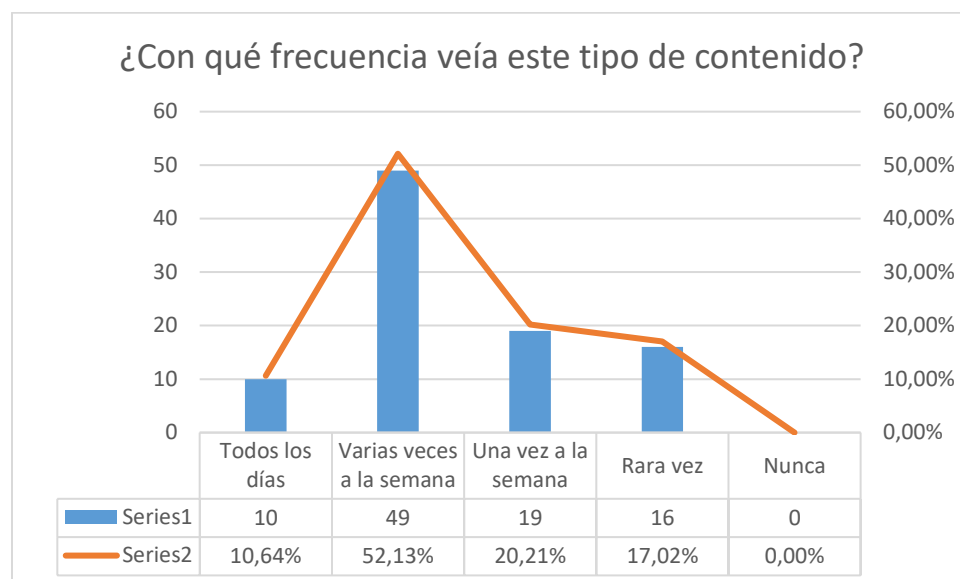
Ilustración 6: Tipo de cuentas donde se observa información sobre la Administración Municipal



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada 2026.

Pregunta 10

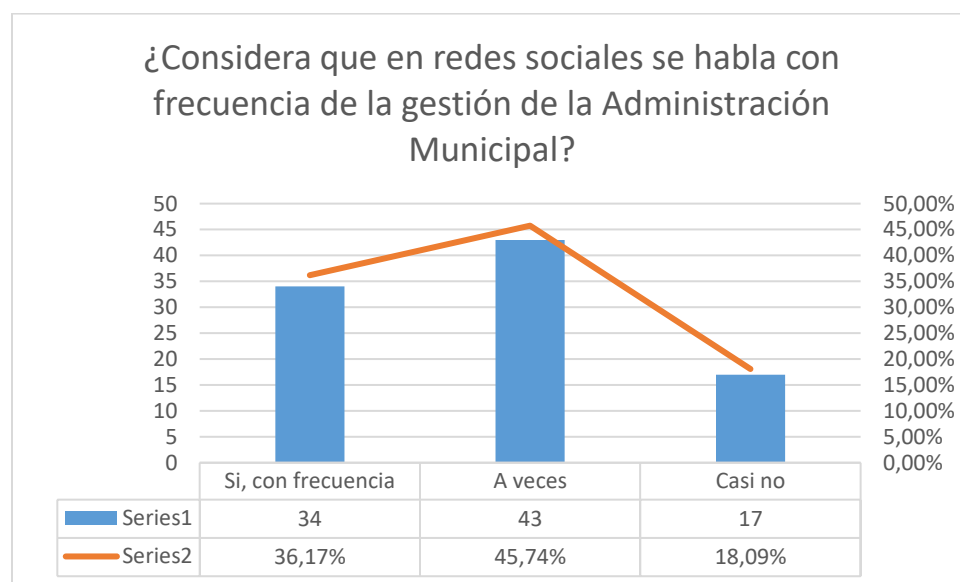
Ilustración 7: Frecuencia de visualización de contenido sobre la gestión de la Administración Municipal



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada 2026.

Pregunta 13

Ilustración 8: Percepción sobre la frecuencia de contenido relacionado con la gestión de la Administración Municipal



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada 2026.

En cuanto a la información sobre la gestión de la Administración Municipal que circula en redes sociales, los resultados muestran que muchas personas si han estado expuestas a este tipo de contenido. El 80,85% de los encuestados recordó haber visto información relacionada con la gestión municipal durante el periodo 2020-2023. Esto confirma que las redes sociales se han vuelto un medio importante para que la gente se entere de información pública del Municipio de Sogamoso.

Al revisar las fuentes de donde proviene esa información, se encontró que los grupos en redes sociales (38,00%) tienen un papel muy importante, seguidos de las paginas oficiales de la Alcaldía (28,67%) y los medios de comunicación (26,67%). Por el contrario, los perfiles personales tienen una menor incidencia (6,67%). Es importante aclarar que esta pregunta permitía seleccionar varias opciones por lo que el total de respuestas supera el número de los encuestados. Estos resultados reflejan que la información sobre la gestión pública no solo llega por canales oficiales, sino también mediante espacios informales como grupos digitales, donde la información puede ser compartida, reinterpretada y comentada por los usuarios.

En cuanto a la frecuencia de exposición, el 52,13% de los encuestados dijo que veía este tipo de contenido varias veces a la semana, mientras que un 20,21% lo hacía al menos una vez a la semana. Esto evidencia que la información sobre la gestión Municipal está presente de forma constante en el entorno digital de los ciudadanos, lo que hace que sea más visible y tenga mayor impacto en lo que la gente piensa.

Asimismo, cuando se les pregunto si en redes sociales se habla con frecuencia sobre la gestión de la Administración Municipal, el 45,74% de los encuestados respondió que “a veces”, mientras que un 36,17% considera que si se habla con frecuencia. Estos resultados permiten deducir que, aunque el tema está presente, no todos lo perciben de la misma manera, ya que,

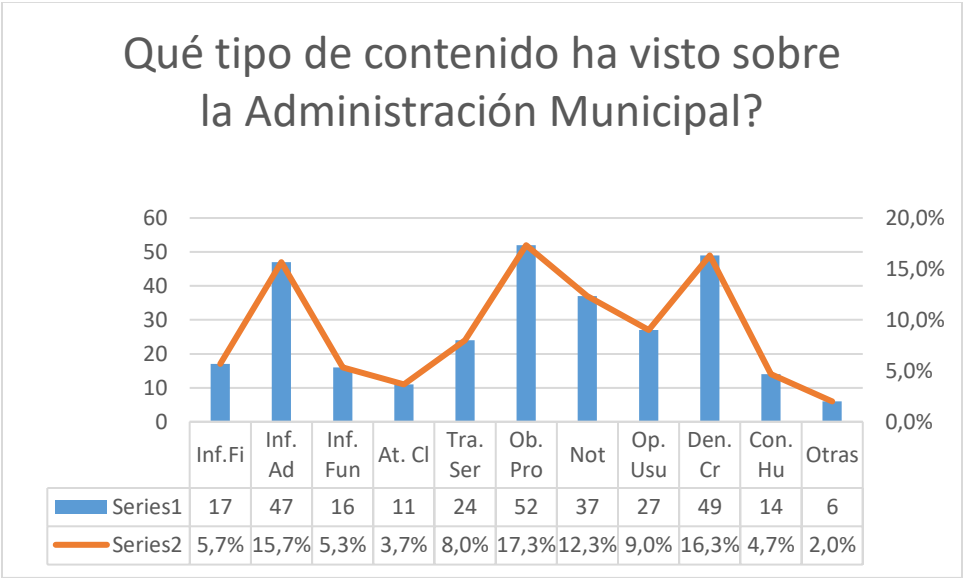
aunque el tema está presente, no todos lo perciben de la misma manera ya que depende mucho de lo que cada persona visualiza o de las redes que utilizan.

Es por ello que los resultados permiten entender que las redes sociales son un espacio donde la información sobre la gestión pública circula bastante, pero no de forma igual para todos. Todo depende de las fuentes que sigan, la frecuencia con la que se use cada red y los espacios digitales en los que interactúan los ciudadanos. Esto resulta coherente con lo planteado en el marco teórico, donde se señala que la información en redes sociales no solo se difunde, sino que también se transforma a partir de la interacción de los usuarios, lo que puede influir en la forma en que se construye la percepción ciudadana frente a la gestión pública.

4. Tipo de contenido que circula en redes sociales

Pregunta 9

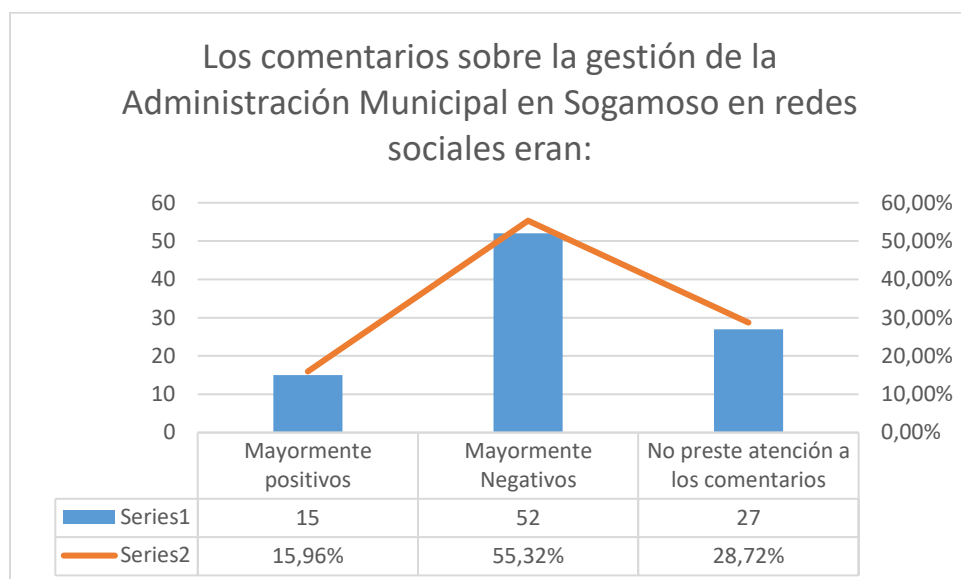
Ilustración 9: Tipo de contenido observado sobre Administración Municipal



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada 2026.

Pregunta 11:

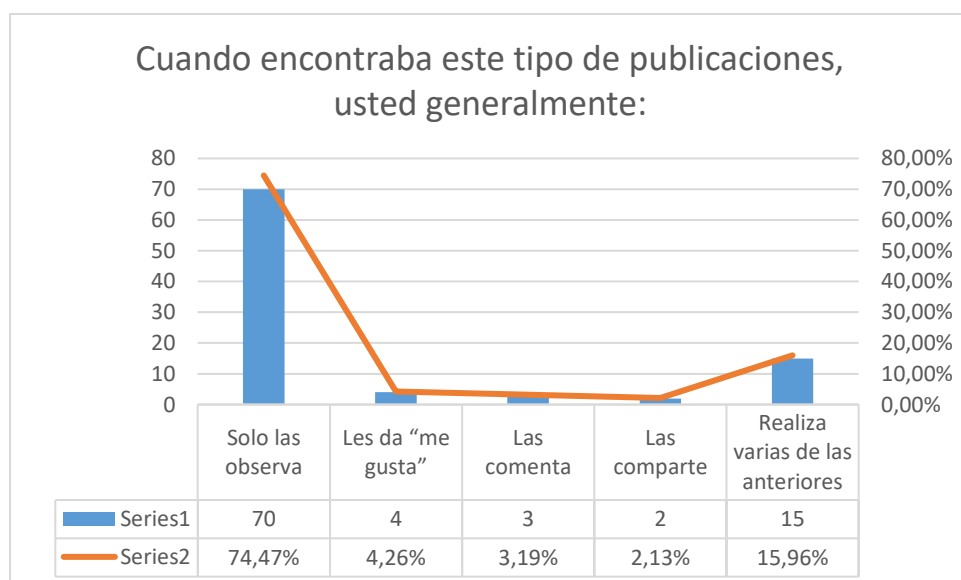
Ilustración 10: Percepción de tono de los comentarios sobre la gestión de la Administración Municipal:



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada 2026.

Pregunta 12

Ilustración 11: Tipo de interacción de los ciudadanos con publicaciones en redes sociales



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada 2026.

En cuanto al tipo de contenido que los ciudadanos ven en redes sociales sobre la gestión de la Administración Municipal durante el periodo 2020–2023, se encontró que hay una diversidad de información que abarca tanto contenidos institucionales como opiniones generadas por los usuarios. Entre los contenidos más frecuentes se encuentran las publicaciones sobre obras y proyectos (17,3%), las denuncias o críticas (16,3%) y la información administrativa (15,7%), seguidas por noticias (12,3%) y opiniones de usuarios (9,0%). Es importante tener en cuenta que esta pregunta permitía seleccionar varias opciones, por lo que el total de respuestas supera el número de encuestados.

Estos resultados permiten identificar que, aunque si existe presencia de información institucional relacionada con la gestión pública, también tienen mucho peso las críticas y los comentarios de la gente. Es decir que en redes sociales no solo se informa lo que hace la administración, sino que también se opina se cuestiona y se interpreta la información. Todo esto contribuye a la construcción de diferentes puntos de vista sobre la gestión pública.

Al mirar el tono de los comentarios, el 55,32% de los encuestados manifestó que estos eran mayormente negativos, mientras que solo un 15,96% los percibía como positivos. Adicionalmente, un 28,72% indicó no prestar atención a los comentarios. Esto deja ver que en redes sociales hay una fuerte presencia de contenido crítico, lo que puede influir en la percepción que los ciudadanos construyen frente a la Administración Municipal.

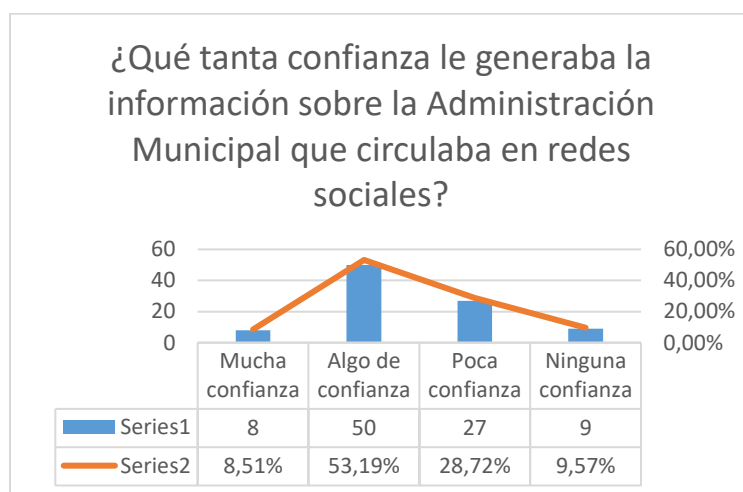
Cuando se analiza cómo interactúan las personas con este tipo de contenido, se puede observar que la mayoría (74,47%) solo observa las publicaciones, sin comentar, compartir o reaccionar. Esto quiere decir que, aunque muchas personas están viendo la información, pocas participan activamente, en pocas palabras hay mucha visualización de contenido, pero muy poca interacción.

Desde esta perspectiva, los resultados permiten comprender que las redes sociales no solo funcionan como espacios de difusión de información, sino también como escenarios donde las personas construyen percepciones a partir de contenidos diversos, incluyendo información institucional, opiniones y críticas. Esto resulta coherente con lo planteado en el marco teórico, donde se señala que las redes sociales han transformado la forma en que circula la información política, permitiendo que múltiples actores participen en su producción y difusión, lo que puede incidir directamente en la manera en que la ciudadanía percibe la gestión pública.

5. Percepción ciudadana

Pregunta 14

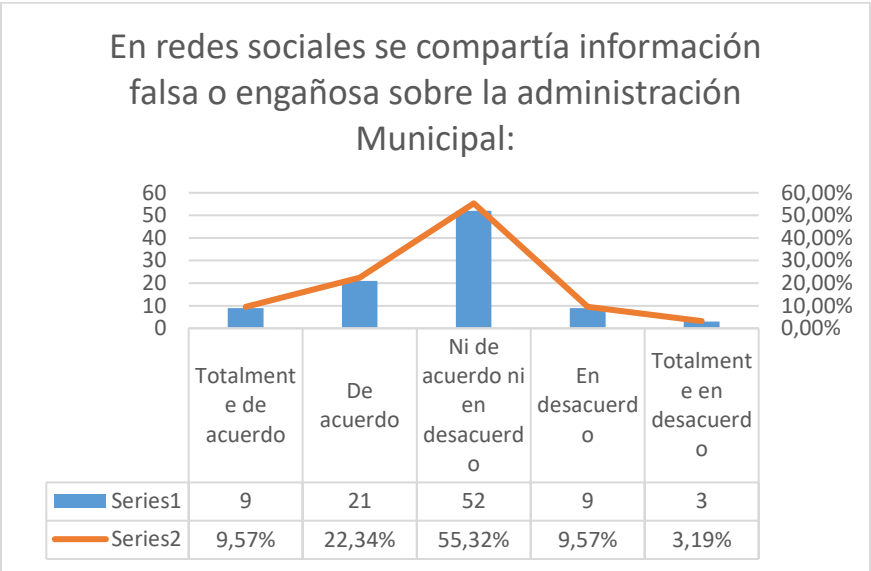
Ilustración 12: Nivel de confianza en la información sobre la Administración Municipal en redes sociales



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada 2026.

Pregunta 15

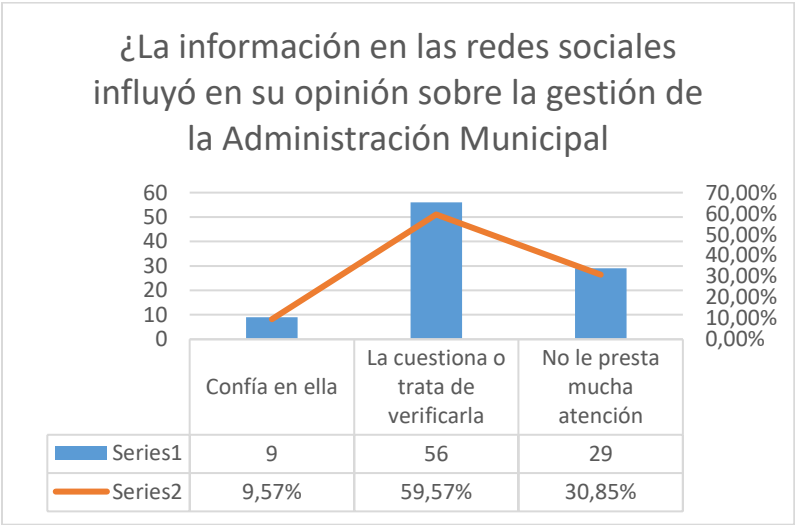
Ilustración 13: Percepción sobre la presencia de información falsa o engañosa en redes sociales



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada 2026.

Pregunta 16

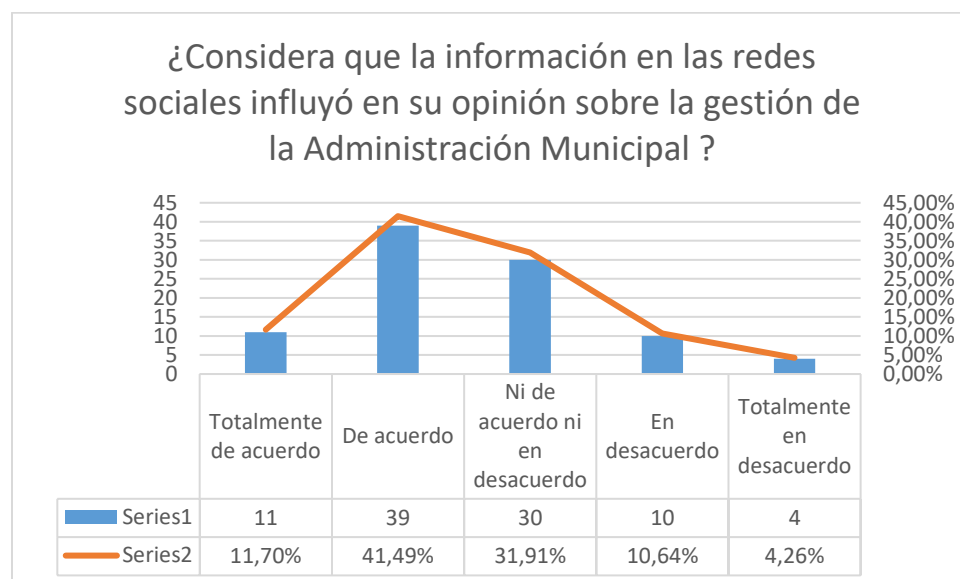
Ilustración 14: Comportamiento de los ciudadanos frente a la información en redes sociales



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada 2026.

Pregunta 17

Ilustración 15: Influencia de la información en redes sociales en la opinión ciudadana



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada 2026.

En cuanto a la confianza que genera la información sobre la Administración Municipal que circula en redes sociales, los resultados muestran una percepción moderada por parte de los ciudadanos. El 53,19% de los encuestados manifestó que esta información le generaba “algo de confianza”, mientras que un 28,72% indicó que confía poco y un 9,57% ninguna confianza. Por su parte, solo el 8,51% expresó tener mucha confianza. Estos datos dejan ver que, aunque las redes sociales son muy usadas para informarse, no necesariamente generan altos niveles de confianza entre los ciudadanos.

Al analizar la percepción de que si la información es verdadera o no se observa que el 55,32% de los encuestados se mantuvo en una posición neutral frente a la idea de que en redes sociales se compartía información falsa o engañosa, mientras que un 31,91% (sumando “totalmente de acuerdo” y “de acuerdo”) considera que sí existía este tipo de contenido. Esto refleja que hay cierta incertidumbre y desconfianza sobre la calidad de la información que se

encuentra en estos espacios digitales, lo que puede afectar la forma en que los ciudadanos interpretan los contenidos relacionados con la gestión pública.

Frente al comportamiento de los ciudadanos ante a la información que ven en redes sociales, el 59,57% manifestó que suele cuestionar o verificar la información antes de creerla, mientras que un 30,85% indicó no prestarle mucha atención y solo un 9,57% afirmó confiar directamente en ella. Este resultado muestra que en general hay una mayor actitud crítica por parte de los usuarios, quienes no asumen la información de manera pasiva, sino que en muchos casos buscan validarla antes de aceptarla como verdadera.

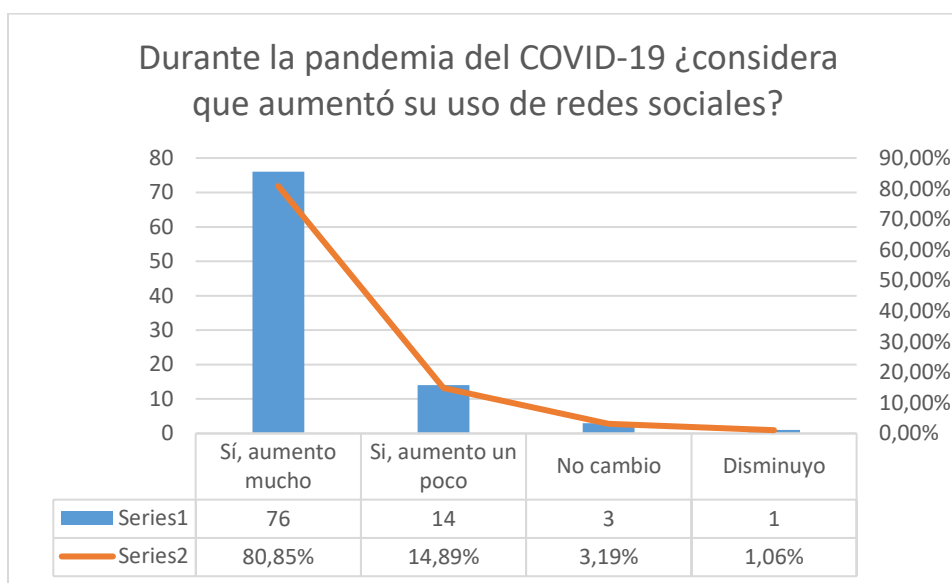
Al analizar la influencia de la información en la opinión ciudadana, el 53,19% de los encuestados (sumando “totalmente de acuerdo” y “de acuerdo”) considera que la información en redes sociales influyó en su percepción sobre la gestión de la Administración Municipal, mientras que un 31,91% se mantiene en una posición más neutral. Esto muestra que, aunque existe cierto nivel de desconfianza frente a la información, las redes sociales sí tienen un impacto significativo en la construcción de la opinión pública.

Desde esta perspectiva, los resultados permiten entender que las redes sociales actúan como un espacio donde la información, sea confiable o no, incide en la forma en que los ciudadanos perciben la gestión pública. Esto resulta coherente con lo planteado en el marco teórico, donde se establece que la opinión pública no se construye únicamente a partir de información objetiva, sino también a partir de procesos de interacción, interpretación y circulación de contenidos en espacios digitales, en los cuales participan diversos actores que influyen en la formación de opiniones de las personas.

6. Influencia de las redes sociales en la percepción y evaluación de la gestión Municipal

Pregunta 18

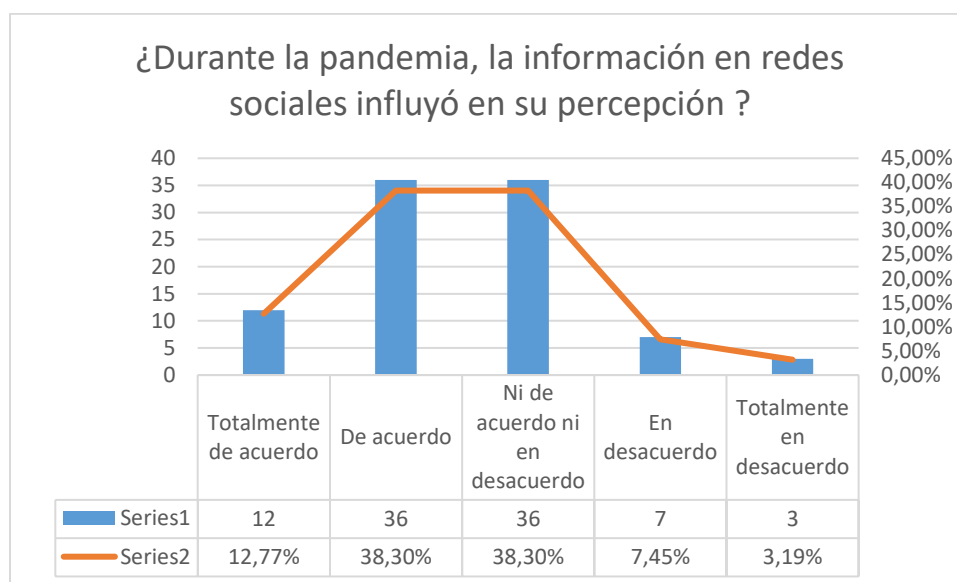
Ilustración 16: Variación en el uso de redes sociales durante la pandemia



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada 2026.

Pregunta 19

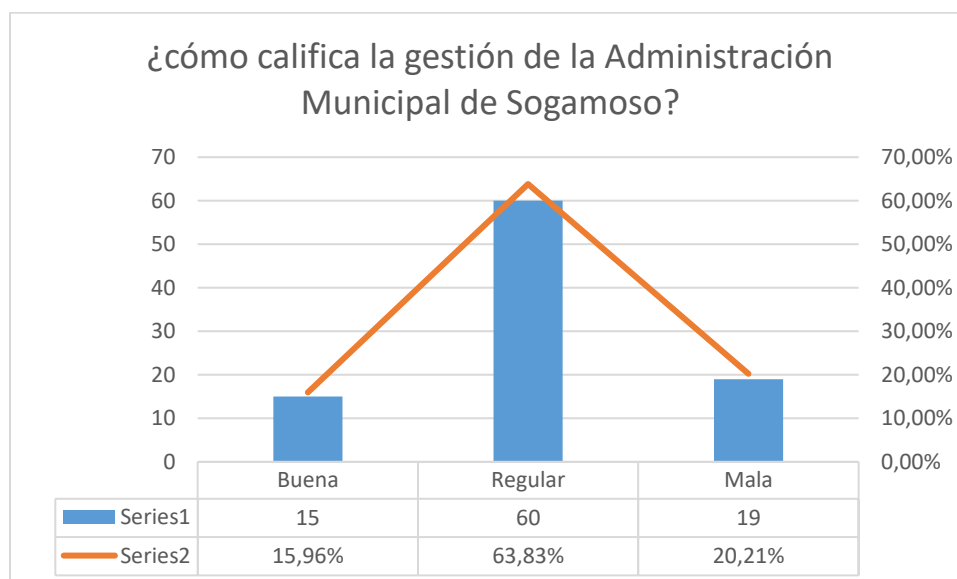
Ilustración 17: Influencia de la información en redes sociales durante la pandemia



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada 2026.

Pregunta 20

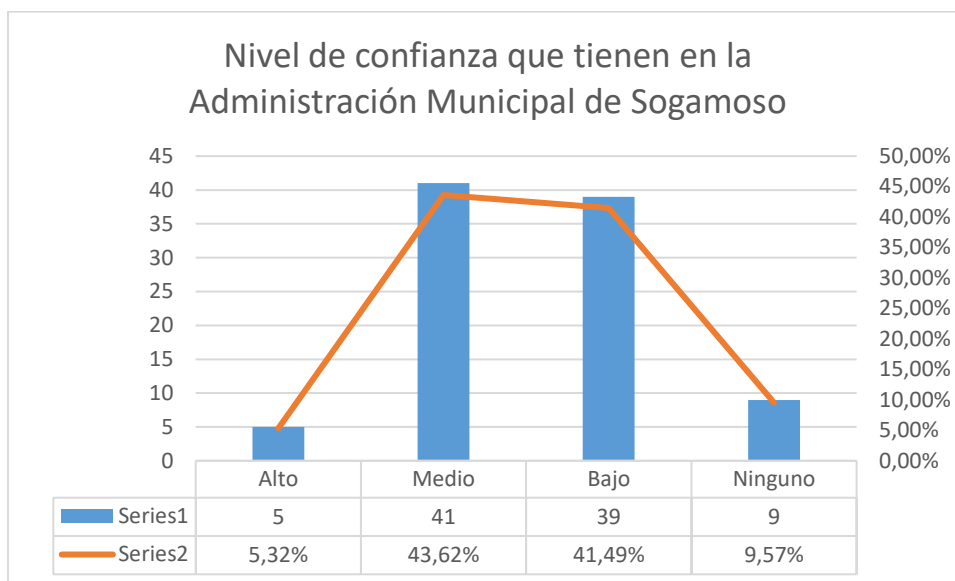
Ilustración 18: Calificación de la gestión de la Administración Municipal



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada 2026.

Pregunta 21

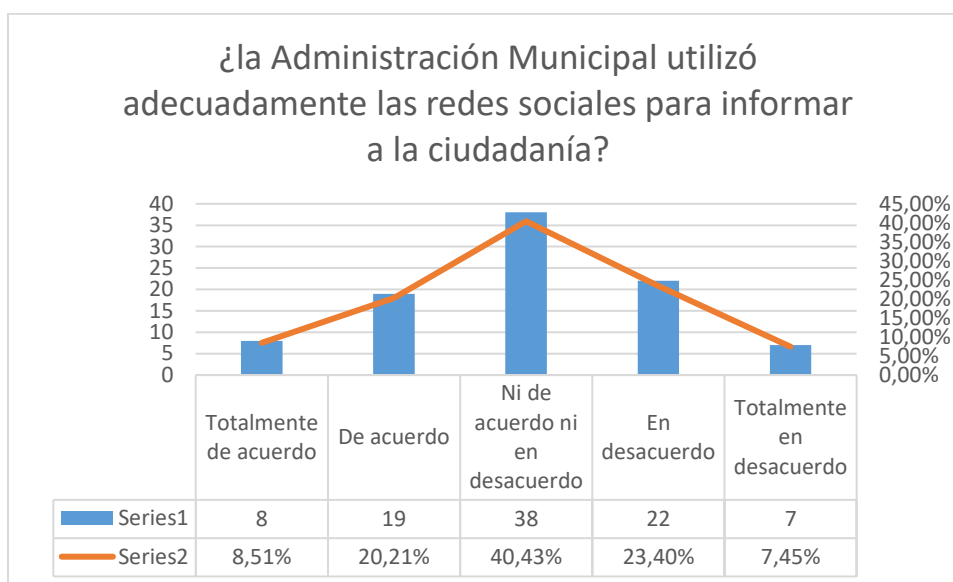
Ilustración 19: Nivel de confianza en la Administración Municipal



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada 2026.

Pregunta 22

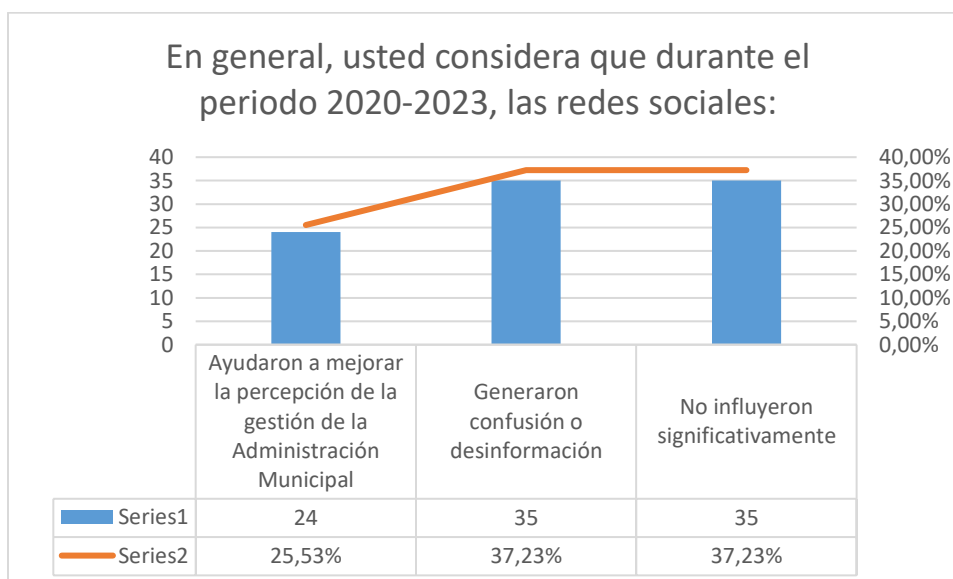
Ilustración 20: Percepción sobre el uso de redes sociales por parte de la Administración Municipal



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada 2026.

Pregunta 23

Ilustración 21: Percepción general del impacto de las redes sociales en la gestión Municipal



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada 2026.

En cuanto al impacto de la pandemia del COVID-19, los resultados muestran que las redes sociales se volvieron aun, mas importantes en la vida de las personas. El 80,85% de las personas encuestadas manifestó que su uso de redes sociales aumentó considerablemente durante este periodo de tiempo, lo que tiene sentido si se tiene en cuenta que era una época de aislamiento y restricciones. En ese contexto las redes sociales se convirtieron en una de las principales formas de informarse y mantenerse conectado.

Sobre la influencia de la información durante la pandemia, el 51,07% de los encuestados (sumando “totalmente de acuerdo” y “de acuerdo”) considera que la información que veía en redes sociales influyó en su percepción sobre la gestión de la Administración Municipal, mientras que un 38,30% se mantiene en una posición neutral. Esto evidencia que, en momentos de alta incertidumbre como la pandemia, las redes sociales juegan un papel aún más fuerte en la forma en la que las personas forman su opinión.

Al analizar la calificación de la gestión de la Administración Municipal, se observa que la mayoría de los encuestados la considera regular (63,83%), seguida de una percepción negativa (20,21%) y una menor proporción que la califica como buena (15,96%). Es decir, no hay una percepción completamente negativa, aunque si se nota una tendencia hacia la crítica.

En cuanto a la relación con el nivel de confianza en la Administración Municipal, se evidencia que el 43,62% de los encuestados tiene un nivel de confianza medio y el 41,49% un nivel bajo, mientras que solo el 5,32% manifiesta una confianza alta. Esto indica que la confianza institucional no es muy fuerte y puede estar relacionada con la forma en que la información circula en redes sociales y como es interpretada por los ciudadanos.

Al evaluar el impacto general de las redes sociales se observa que el 40,43% de los encuestados se mantiene en una posición neutral frente a si estas fueron utilizadas

adecuadamente, mientras que un porcentaje importante manifiesta desacuerdo (30,85% sumando “en desacuerdo” y “totalmente en desacuerdo”). Esto sugiere que muchas personas sienten que la comunicación digital pudo haberse hecho mejor.

Finalmente, al analizar el impacto general de las redes sociales en la percepción de la gestión municipal, se observa que el 37,23% de los encuestados considera que estas generaron confusión o desinformación, mientras que un porcentaje igual indica que no influyeron significativamente. Solo el 25,53% cree que ayudaron a mejorar la percepción. Estos resultados dejan claro que, aunque las redes sociales son un canal ampliamente utilizado, su impacto no siempre es positivo, ya que pueden generar interpretaciones diversas e incluso contribuir a la desinformación.

Estos resultados permiten entender que las redes sociales desempeñan un papel muy importante en la construcción de la percepción ciudadana frente a la gestión pública, no solo funcionan como medios de información, sino como espacios donde circulan diferentes tipos de contenido que influyen en la forma en que los ciudadanos interpretan la realidad institucional. Esto reafirma lo planteado en el marco teórico, donde se establece que la opinión pública se configura a partir de procesos de interacción y circulación de información en entornos digitales, en los cuales participan múltiples factores que inciden en la construcción de percepciones colectivas.

7. Percepciones cualitativas de los ciudadanos

Tabla 11: Principales percepciones de los ciudadanos

Categoría Identificada	Frecuencia aproximada	Interpretación
Desinformación	Alta	Los ciudadanos perciben que circula información falsa
Desinterés/indiferencia	Media	Algunos ciudadanos no prestan atención a la información
Percepción negativa de la gestión	Media	Se evidencian críticas hacia la administración
Opiniones positivas	Baja	Pocos reconocen aspectos favorables

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada 2026.

En cuanto a las respuestas abiertas proporcionadas por los encuestados, se identificaron diferentes percepciones frente al uso de redes sociales y la gestión de la Administración Municipal durante el periodo 2020–2023. En términos generales, Salgo que se repite bastante es la sensación de desinformación, siendo uno de los temas más mencionados por los ciudadanos.

Asimismo, varias respuestas reflejan cierto desinterés o indiferencia frente a la información que circula en redes sociales. Algunas personas dicen que esa información no influye significativamente en su percepción o que simplemente no le prestan atención. De igual manera, se identifican comentarios relacionados con una percepción negativa de la gestión, así como cuestionamientos frente a la forma en que se comunica la información institucional.

Aunque en menor cantidad, también se evidencian algunas opiniones positivas donde se reconoce que las redes sociales si sirven para informarse, sin embargo, este tipo de comentarios no predominan dentro del conjunto de respuestas. En este sentido, los resultados cualitativos refuerzan lo evidenciado en el análisis cuantitativo, confirmando que las redes sociales, además

de informar, pueden generar percepciones de desconfianza, desinformación o desinterés en la ciudadanía.

DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS

A continuación, se presenta el desarrollo de cada uno de los objetivos específicos que se plantearon de acuerdo a los resultados de la investigación con base en la información que se obtuvo a través de la aplicación de una encuesta a ciudadanos del municipio de Sogamoso.

Objetivo 8.2.1. Redes sociales más utilizadas por los ciudadanos

A partir del análisis de la información, se logró identificar que las redes sociales se han consolidados como uno de los principales medios de información sobre la gestión pública en el municipio de Sogamoso durante el periodo 2020-2023. Partiendo de esta investigación se pudo evidenciar que Facebook es la red social más utilizada por los ciudadanos de Sogamoso con un 36,14%, seguida de plataformas como Instagram con un 22,89%, WhatsApp con 19,68% y en menor uso TikTok con 15,66%, x(Twitter) 3,61% y otras con 2,01%. ([Ver Ilustración 3](#)) Esto refleja que las personas prefieren espacios digitales donde se combine información, interacción y fácil acceso.

Asimismo los datos recolectados muestran que un porcentaje importante de la población es decir el 84,04% utiliza redes sociales ([Ver Ilustración 2 y 4](#)), accede frecuentemente a estas plataformas y las utiliza todos los días, lo que demuestra que las redes sociales no solo las utilizan para entretenimiento, sino también como una fuente constante de información sobre temas públicos.

En general se puede decir que estos resultados permiten identificar que las redes sociales, especialmente Facebook, juegan un papel central en la forma en que los ciudadanos del municipio de Sogamoso se informan sobre temas de gestión de la Administración Municipal, convirtiéndolo en un canal clave de comunicación entre el Estado y la ciudadanía.

Objetivo 8.2.2. Tipos de información que circulan en redes sociales

En cuanto a los tipos de información que circulan en redes sociales sobre la gestión de la Administración Municipal, los resultados permiten identificar una variedad de contenidos que inciden en la percepción ciudadana.

Por un lado, se identificó contenido de tipo información institucional como publicaciones sobre programas, obras, actividades y decisiones administrativas. El cual busca mantener informada a la ciudadanía. Por otro lado, se evidenciaron gran variedad de opiniones, comentarios y publicaciones de usuarios, muchos de ellos de carácter crítico, emocional o interpretativo, el cual tiene un impacto importante ya que este no siempre presenta información verificada lo que puede generar diferentes interpretaciones. En este sentido se evidencio que los contenidos más frecuentes corresponden a obras y proyectos con 17,3%, seguido de denuncias o críticas con 16,3%, información administrativa 15,7%, Noticias 12,3% ([Ver Ilustración 9](#)).

Adicionalmente, los resultados obtenidos muestran una serie de contenidos negativos con un 55,32%, denuncias ciudadanas y en algunos casos información falsa o descontextualizada lo cual incide en la manera en que las personas perciben la gestión pública del municipio de Sogamoso frente a un 15,96% de comentarios positivos ([Ver Ilustración10](#)).

Esta información obtenida permite concluir que la información que circula en redes sociales no es uniforme, sino que está compuesta por gran variedad de fuentes y tipos de

contenido, lo que hace que estos espacios se vuelvan escenarios donde no solamente se informa, sino que también se construye opinión ciudadana.

8.2.3. Percepción ciudadana frente a la gestión pública

Los resultados obtenidos mediante la encuesta muestran que la percepción de los ciudadanos del municipio de Sogamoso frente a la gestión de la Administración se encuentra influenciada por la información que circula en redes sociales. Ya que se puede identificar que los ciudadanos presentan niveles de confianza moderados frente a la información digital, lo cual indica que, aunque los ciudadanos utilizan estas redes sociales para informarse, no siempre consideran que el contenido sea completamente confiable, ya que el 53,19% indica tener “algo de confianza” mientras que el 28,72% confía poco y el 9,57% no confía ([Ver Ilustración 12](#)).

También se identificó que una parte importante de las personas encuestadas perciben que hay presencia de información falsa o engañosa, un 31,91% considera que si existe este tipo de contenido, el cual les genera dudas y afecta la credibilidad tanto de los contenidos que circulan como de la gestión pública mientras que un 55,32% se mantiene más neutral ([Ver Ilustración 13](#)).

Los resultados también arrojan que la información que se visualiza en redes sociales si tiene incidencia en la opinión ciudadana, ya que el 53,19% considera que esta influye en la forma en que las personas interpretan las acciones de la Administración Municipal, generando diferentes percepciones sean negativas, positivas o mixtas([Ver Ilustración 15](#)).

Es por ello que se puede afirmar que la opinión ciudadana no se construye solo a partir de la gestión institucional, sino también de los contenidos que circulan en redes sociales, los cuales inciden directamente en la forma en la que la ciudadanía evalúa la administración.

8.2.4. Propuesta de fortalecimiento de la comunicación institucional

Tomando como referencia los resultados obtenidos en la presente investigación, se proponen una serie de recomendaciones las cuales están orientadas a fortalecer las estrategias de comunicación de la Administración Municipal de Sogamoso en las redes sociales.

En primer lugar, se recomienda a la administración fortalecer la comunicación institucional a través de la publicación de información clara, oportuna y verificable, que le permita a la ciudadanía generar una mayor confianza.

En segundo lugar, Es importante que la información que se publique no solo sea visualmente atractiva, sino también este organizada de manera clara y comprensible. más que ser simplemente diversa, la información debería estar clasificada por temas y tipos de población, de modo que permita un análisis más ordenado y útil. Esto es especialmente relevante porque, desde el ámbito académico y de la gestión pública, se requiere contar con datos estructurados que faciliten su interpretación y comparación. Sin embargo, en muchos casos esta información no se encuentra disponible de manera sistematizada en las plataformas digitales ni en las redes sociales, lo que limita su aprovechamiento para fines de análisis y toma de decisiones.

En tercer lugar, se sugiere que se logre promover una interacción que involucre a la ciudadanía es decir un espacio en el cual se respondan comentarios, se resuelvan inquietudes, como una especie de dialogo digital que permita que se fortalezca la relación entre la comunidad y la Administración Municipal.

Del mismo modo, es importante implementar estrategias de educación digital dirigidas a la ciudadanía en general, especialmente a los usuarios activos de redes sociales del municipio. Estas estrategias pueden desarrollarse a través de campañas informativas sencillas, publicaciones explicativas y contenidos prácticos que enseñen a identificar información confiable y a verificar

fuentes antes de compartir contenido. De esta manera, se promueve un uso más responsable de la información y se contribuye a reducir el impacto de la desinformación en la comunidad.

Finalmente, se recomienda que se haga un monitoreo constante del contenido que circula en redes sociales, ya que este permitirá identificar las percepciones ciudadanas, detectar información falsa, y tomar decisiones oportunas en lo relativo a la comunicación pública.

Esta propuesta busca contribuir al fortalecimiento de la comunicación institucional, para que se mejore la relación de la administración con la ciudadanía y se promueva una gestión pública más transparente y cercana con la comunidad.

De igual forma, sería importante reflexionar sobre la forma en que fluye la información en las plataformas digitales, es decir, si esta se está comunicando de manera ágil y comprensible para la ciudadanía. En caso contrario, se podrían proponer mejoras en las interacciones digitales, como el fortalecimiento del uso de las plataformas institucionales e incluso la posibilidad de invertir en herramientas tecnológicas que permitan mejorar la difusión de la información y su accesibilidad.

Asimismo, sería pertinente explorar la optimización de otras plataformas para socializar la información de manera más clara y cercana, así como la creación de una especie de interfaz o enlace desde las redes sociales, que permita a las personas, cuando tengan interés en un tema específico, acceder directamente a las plataformas institucionales y profundizar en la información. Esto se puede evidenciar, por ejemplo, en la página del municipio de Sogamoso, donde se incluyen espacios de participación como encuestas de satisfacción ciudadana, lo cual acerca a la comunidad a la gestión pública.

Finalmente, es importante tener en cuenta que todo este proceso debe ir acompañado de la seguridad de la información, garantizando la protección de los datos y la confiabilidad de los contenidos que se publican, especialmente cuando se trata de interacción directa con la ciudadanía.

RECOMENDACIONES

A partir de los resultados obtenidos en la investigación, se recomienda a la Administración Municipal fortalecer sus estrategias de comunicación digital, ya que no se trata solo de publicar más, sino de hacerlo mejor con información clara, fácil de entender y que realmente le sirva a la comunidad. La idea es que las personas puedan comprender que se está haciendo y como les impacta en su vida diaria.

También es importante variar la forma en que se comparte la información. No todo tiene que ser lo mismo de siempre; se pueden usar diferentes estrategias que llamen más la atención y motiven a la gente a participar. Porque a pesar de que muchas personas ven la información, pocas interactúan o dan su opinión. En este sentido es importante abrir espacios que faciliten el dialogo donde la comunidad pueda comentar, preguntar y sentirse escuchada.

Asimismo, es importante implementar acciones con el tema de la desinformación ya que muchas personas sienten que en redes sociales circula información falsa o confusa y esto termina afectando la confianza. Por eso la administración debería ser constante en publicar información verificada, aclarar rumores y responder cuando haya datos incorrectos circulando.

También, más allá de informar, se sugiere fortalecer las estrategias de comunicación institucional en redes sociales ya que esta debe servir para generar confianza promoviendo no

solo la difusión de información sino una cercanía también con la ciudadanía. Teniendo en cuenta que los resultados evidencian niveles de confianza y credibilidad institucional medios y bajos, es fundamental que la información se presente de manera más cercana, transparente y comprensible garantizando una mayor transparencia en la información difundida para que la gente sienta que puede creer en lo que se le está diciendo.

Finalmente, es importante que en el futuro se siga investigando sobre este tema, se profundice en el análisis del impacto de las redes sociales especialmente a nivel local. Entender mejor cómo funcionan las redes sociales en la comunidad, que tipo de contenido conecta más con las personas y cómo interactúan, puede ayudar a mejorar cada vez más la forma en que se construye la comunicación pública y la opinión de los ciudadanos.

CONCLUSIONES

A partir del desarrollo de la presente investigación, se pudo evidenciar claramente que las redes sociales hoy en día se han consolidado como un medio fundamental para el acceso a la información por parte de los ciudadanos del municipio de Sogamoso. La mayoría de las personas las usa con frecuencia y está expuesta a contenidos relacionados con la gestión de la Administración Municipal, lo que demuestra que estos espacios digitales cumplen un papel muy importante en como circula la información pública.

Los resultados también muestran que hay claridad en que no toda la información que se ve en redes sociales viene directamente de fuentes oficiales. Muchas veces circula a través de grupos, paginas, medios de comunicación o incluso perfiles personales. Esto genera que se mezclen diferentes tipos de contenido como información institucional, opiniones, críticas y

denuncias, lo cual influye en la forma en que las personas entienden o interpretan la gestión pública.

En ese mismo sentido, se identificó que los contenidos críticos como las quejas o comentarios negativos, tienen una presencia significativa en redes sociales. Esto termina incidiendo en la percepción de las personas. Aunque la administración si publica información de manera constante, los espacios digitales siguen siendo escenarios donde hay mucha crítica y también una limitada participación activa por parte de la ciudadanía, es decir la gente observa más de lo que interactúa.

También se pudo notar, que, aunque muchas personas intentan ser críticas con la información y no creer todo de inmediato, las redes sociales si inciden en la opinión que tienen sobre la Administración Municipal. Esto coincide con lo que se planteó en el marco teórico, donde se establece que la opinión pública se va formando a partir de lo que la gente ve, comparte y comenta en estos espacios digitales.

De otra parte, se concluye que la confianza en la información que circula en redes sociales es moderada. Lo que refleja que muchas personas dudan frente a la veracidad de los contenidos y existe la percepción de que en estos espacios circula información falsa o engañosa. Lo que contribuye a que se genere incertidumbre y en algunos casos puede llevar a desinformación.

En cuanto a la percepción general sobre la gestión de la Administración Municipal durante el periodo 2020-2023, la mayoría de las opiniones tienden a ubicarse en un punto medio. Esto quiere decir que no hay una valoración totalmente negativa, pero tampoco una confianza alta. Esto permite inferir que la forma en que circula la información en redes sociales puede estar incidiendo directamente en como la ciudadanía percibe la gestión pública.

Finalmente se puede decir que las redes sociales no solo sirven para informar, sino que se han convertido en espacios donde la gente forma sus opiniones, las cambia y las comparte. En este sentido su influencia en la opinión pública es significativa lo que confirma que tiene un impacto real en la forma en que los ciudadanos piensan y perciben a sus gobernantes. Por eso queda claro que es muy importante fortalecer la manera en que se comunica la información pública en estos entornos digitales.

BIBLIOGRAFIA

Referencias

Alcaldia de Sogamoso. (s.f.). Obtenido de <https://www.facebook.com/alcaldiasogamoso>

Alcaldia de Sogamoso. (Diciembre de 2010). *X Twitter*. Obtenido de <https://x.com/AlcSogamoso>

Alcaldia de Sogamoso. (Julio de 16 de 2013). *Youtube*. Obtenido de

<https://www.youtube.com/@prensasogamoso8326>

Alcaldia de Sogamoso. (Agosto de 2018). *Instagram*. Obtenido de

<https://www.instagram.com/alcaldiadesogamoso/>

Alcaldia de Sogamoso. (2020). *www.sogamoso-boyaca.gov.co*. Obtenido de

<file:///C:/Users/usuario/Downloads/Plan-de-Desarrollo-Municipal-de-Sogamoso-2020-2023-Sogamoso-tarea-de-todos.pdf>

Alcaldia de Sogamoso. (2021). *TikTok*. Obtenido de
<https://www.tiktok.com/@alcaldiadesogamoso>

Alit Suryawati, I., Wahyuandari, W., Halmina, A., Murti, S., & WinarkoHilarius, B. (2024). The Influence of Social Media on Public Opinion: An. *The Journal of Academic Science*, 8. doi:<https://thejoas.com/index.php/thejoas>

Arango Espinal, E., Osorio Andrade, C. F., & Uribe Jiménez, M. (2025). Eficacia del gobierno y su relación con el respaldo ciudadano en redes sociales. El caso del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia. *Estudios Politicos*, 32. doi:<https://doi.org/10.17533/>

Bartolome, M. C. (2021). Redes sociales, desinformación, cibersoberanía y vigilancia digital: una visión desde la ciberseguridad. *RESI- REVISTA DE ESTUDIOS EN SEGURIDAD INTERNACIONAL*, 19. doi: <http://dx.doi.org/10.18847/1.14.9>

Boladeras Cucurella, M. (2001). La Oinión Pública en Habermas. *Revistes catalanes amb accés Obert*, 20. Obtenido de <https://ddd.uab.cat/record/819>

Caro Moreno, A. (2022). Las redes sociales y la transformación de la opinión pública en Colombia en el contexto del covid-9. *Revista INVECOM*, 15. doi:<https://orcid.org/0000-0003-2585-4531>

Casero-Ripollés, A. (2018). RESEARCH ON POLITICAL INFORMATION AND SOCIAL MEDIA: KEY POINTS AND CHALLENGES FOR THE FUTURE. *Revista profesional de la Información*, 11. doi:<https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.01>

Constitución Política de Colombia. (1991). Obtenido de Función pública:

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=4125>

Cubas, J., Soria-Olivas, E., Gullén, Á., & Vicente Buendía, R. (2020). La agenda buiding de los partidos políticos españoles en las redes sociales: un analisis de Big Data. *DIGITOS Revista de Comunicación Digital*, 22. doi:10.7203/rd.v1i6.165

Decreto 1008 (14 de Junio de 2018). Obtenido de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=86902>

García Marzá, D., & Calvo, P. (2022). Democracia algorítmica: ¿Un nuevo cambio estructural de la opinión pública? *ISEGORIA. Revoista de Filosofia moral y politica*, 15. doi:<https://doi.org/10.3989/isegoria.2022.67.17>

García-Viteri, R. A., Novillo Bustos, F. A., Freire-Sierra, P. S., Andrade- Carrasco, G. V., & Ortiz-Chimbo, C. A. (2025). Influencia de las redes sociales en la opinión pública de jóvenes universitarios y su impacto politico-empresarial. *Polo del Conocimiento*, 11. doi:<https://doi.org/10.23857/pc.v10i5.9542>

Google maps. (2026). *municipios.com.co*. Obtenido de *municipios.com.co*:

<https://www.municipios.com.co/mapa/boyaca/sogamoso>

Habermas, J. (1994). *Historia y Critica de la Opinión Pública* (Vol. 1st ed). Barcelona: Print.

Obtenido de <https://www-digitaliapublishing-com.ezproxy.esap.edu.co/viewepub/?id=41387>

Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *ScienceDirect*, 59-68. doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003

Ley 134 (El congreso de la República de Colombia 31 de mayo de 1994). Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=330>

Ley 1712, Revisado mediante la sentencia C-274 de 2013, de acuerdo con lo establecido en los artículos 153 y 241-8 de la Constitución Política. (El congreso de la República 06 de marzo de 2014). Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=56882>

LEY ESTATUTARIA 1757 (El Congreso de la República de Colombia 06 de julio de 2015). Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=65335>

Li, Y., & Liu, M. (2025). Attribution or empathy? A study on the public opinion response framework of government social media — a qualitative comparative analysis of 21 public opinion incidents. *Frontiers in Psychology*, 14. doi: 10.3389/fpsyg.2025.1556030

Lombana-Bermúdez, A., Vallejo Mejía, M., Gómez Céspedes, L. M., & Pino Uribe, J. F. (2022). Cámaras de eco, desinformación y campañas. *Redalyc Política y Gobierno*, 29(1), 30. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/603/60381761006.pdf>

MinTIC. (s.f). *Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC)*. Obtenido de Gobierno Digital Min Tic: <https://gobiernodigital.mintic.gov.co/portal/Politica-de-Gobierno-Digital/>

Muñoz, P. (2020). *Manual de Ciencia Política y Relaciones Internacionales* (22 ed.). (F. S. Liendo, Ed.) Bogotá: Universidad Sergio Arboleda.

Parejo-Cuellar, M., Arantxa Vizcaíno-Verdú, & Patricia de-Casas-Moreno. (2022). Agenda-Setting invertida: Ciudadanía juvenil (in)formada en redes sociales. *ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 28.
doi:<https://doi.org/10.7195/ri14.v20i2.1869>

Posada Gómez, P. (s,f). Esfera Pública y opinión Pública. 14. Obtenido de
https://www.researchgate.net/profile/Pedro-Posada-Gomez/publication/329754122_ESFERA_PUBLICA_Y_OPINON_PUBLICA/links/5c1900d7299bf12be38852df/ESFERA-PUBLICA-Y-OPINON-PUBLICA.pdf

Presno Linera, M. (2020). LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN INTERNET Y LAS REDES SOCIALES: ANÁLISIS JURISPRUDENCIAL. *Revista Catalana de dret públic*, 18.
Obtenido de
<https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/59581/La%20libertad%20de%20expresi%C3%B3n%20en%20Internet%20y%20las%20redes%20sociales.pdf?sequence=1>