



# TWITTER, SERVICIOS SOCIALES Y COVID-19 ANÁLISIS DE LAS INTERACCIONES COMUNICATIVAS DE LOS MENSAJES EMITIDOS POR PARTE DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS, ENTIDADES SOCIALES Y LA CIUDADANÍA

TWITTER, SOCIAL SERVICES AND COVID-19 . ANALYSIS OF THE COMMUNICATIVE INTERACTIONS OF THE COMMUNICATIVE INTERACTIONS OF THE MESSAGES EMITTED BY POLITICAL PARTIES, SOCIAL POLITICAL PARTIES, SOCIAL ENTITIES, AND CITIZENS

ALFONSO CHAVES-MONTERO

Centro de Investigación, Pensamiento Contemporáneo e Innovación para el Desarrollo Social de la Universidad de Huelva, España

---

## KEYWORDS

*Covid-19*  
*Twitter*  
*Social Services*  
*Citizen interactions*  
*Political discourse*  
*Network analysis*  
*Social entities*

---

## ABSTRACT

*The state of alarm caused by Covid-19 has mobilised the digital social participation of the population in social networks. Likewise, the relevance acquired by Social Services in the socio-health crisis has generated an unprecedented social debate on Twitter about the reality of these services. In the article, tweets about Social Services and Covid-19 published during the pandemic were analysed using Atlas.Ti software. The results show the precariousness of Social Services and the need for a change in the management and financing model of these services in order to guarantee social benefits.*

---

## PALABRAS CLAVE

*Covid-19*  
*Twitter*  
*Servicios Sociales*  
*Interacciones ciudadanas*  
*Discurso político*  
*Análisis de redes*  
*Entidades sociales*

---

## RESUMEN

*La situación de estado de alarma provocada por el Covid-19, ha movilizado la participación social digital de la población en redes sociales. Asimismo, la relevancia adquirida por los Servicios Sociales en la crisis sociosanitaria genera un debate social en Twitter sin precedentes sobre la realidad de estos servicios. En el artículo se han analizado los tweets sobre Servicios Sociales y Covid-19 publicados durante la pandemia, mediante el software Atlas.Ti. Los resultados evidencian la precariedad de los Servicios Sociales y la necesidad de un cambio en el modelo de gestión y financiación de estos servicios para garantizar las prestaciones sociales.*

---

Recibido: 17/ 09 / 2022

Aceptado: 22/ 11 / 2022

## 1. Introducción

A finales de diciembre de 2019, la Comisión Municipal de Salud y Sanidad de China informó de casos de neumonía en personas asociados con el mercado mayorista de mariscos de Huanan en Wuhan, provincia de Hubei. En concreto eran 27 casos de neumonía de etiología desconocida, con inicio de síntomas el 8 de diciembre. De los 27 casos detectados, se incluyen 7 casos graves con una exposición común del citado mercado de Wuhan, sin identificar la causa del brote. Dicho mercado se cerró el día 1 de enero de 2020. El 7 de enero, las autoridades chinas identifican como agente causante del brote un nuevo virus de la familia Coronaviridae, denominado SARS-CoV-2, la secuencia genética es compartida por las autoridades chinas el 12 de enero.

El virus empieza a aparecer en países como Taiwán, Corea del Sur, Singapur o Hong Kong, pero no es hasta el 24 de enero cuando se confirma que ya está en Europa, concretamente Francia confirma tres positivos dentro de sus fronteras. La Organización Mundial de la Salud (OMS) denomina esta nueva enfermedad infecciosa por coronavirus-19 (Covid-19) (OMS, 30 de enero)<sup>1</sup> y el 12 de marzo de 2020, la OMS pasó a calificar de pandemia el virus tras las cifras tan elevadas de contagios. España, superaba más de 200.000 casos diagnosticados y más de 20.000 muertes a finales de abril de 2020 siendo uno de los países europeos más afectados por la pandemia junta a Italia tanta a nivel sanitario como económico (Europa Press 2020).

El Covid-19 moviliza las transformaciones digitales y está demostrando ser un “hecho social total”, concepto del sociólogo y antropólogo francés Marcel Mauss, para referirse a aquellos fenómenos que ponen en juego la totalidad de las dimensiones de lo social, como es el caso de esta pandemia que se ha convertido en un hecho social que ha llenado y afectado a toda la sociedad cambiando nuestra vida cotidiana (Santorro 2020). La filósofa Adela Cortina, afirma que nuestra sociedad actual va a cambiar de forma radical después de la crisis sanitaria convirtiéndose en una crisis social y para salir de dicha crisis se va a necesitar toda la capacidad moral y todo el capital ético de cada uno (Vallejo 2020).

Por lo comentado anteriormente, las redes sociales y las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y en especial Twitter, que es la red social que analizamos, no es ajeno a este hecho social como es el Covid-19. En el primer mes de 2020, ha habido más de 15 millones de tweets con el tema Covid-19 en la red social Twitter y el día que la OMS denomina el virus como pandemia se llegaron a publicar cerca de 10 millones de contenidos en dicha red social, según los datos ofrecidos en el blog de análisis de medios sociales Tweet Binder (Pérez-Dasilva et al. 2020). Las redes sociales han irrumpido con fuerza durante esta crisis sanitaria, además de en nuestras vidas y en la forma de comunicarnos y relacionarnos, teniendo un papel fundamental la red social Twitter, como hemos señalado. El discurso en Twitter trasciende más allá de la pantalla con gran visibilidad y notoriedad, ejemplo de esto son las fake news y puede ser una fuente de desinformación como el resto de plataformas digitales (Lazer et al. 2018). En palabras de (Pulido-Rodríguez et al. 2020), esto puede representar ciertas conspiraciones negativas que se relacionan con la desinformación y las fake news. Siendo importante de valorar cuando dicha desinformación y fake news que se reciben o emiten en las redes sociales tratan sobre aspectos relacionados con la salud de las personas, como es el caso del Covid-19 (Scheufele et al. 2019).

Esta investigación se centra en los meses de marzo y abril con la aplicación del estado de alarma y con los meses más duros del confinamiento en España. A mediados del mes de abril ya se contaba con más de 417 millones de tweets que versaban sobre el Covid-19. En España en esa fecha se contaba 558 tweets sobre el tópico de los Servicios Sociales.

Como señalan (Gollust et al. 2020) “la crisis de salud pública del coronavirus es también una crisis de comunicación política y de salud” En este artículo nos ocuparemos de analizar la percepción sobre los Servicios Sociales en Twitter a través de las interacciones ciudadanas tanto de políticos/as, instituciones públicas, partidos políticos, asociaciones, etc. del impacto del Covid-19 y del estado de alarma en las condiciones de vida de la ciudadanía en general y las medidas que se han tomado para su limitación. Expondremos resultados relativos al discurso generalizado en Twitter con mensajes de: denuncias, difusiones, mejoras, información, etc.

### **1.1. Twitter como reflejo de ese hecho social total: los usos de la red social**

Con el cambio en las relaciones personales impuestas por la pandemia del Covid-19, en la que se ha cambiado la comunicación interpersonal por un distanciamiento social. Las redes sociales juegan un papel fundamental y son la alternativa perfecta para estar conectado con el mundo y continuar en torno a la nueva situación que nos estamos encontrando a nivel global y que repercute en el tejido social (Chen, Lerman y Ferrara 2020).

Los profesionales del trabajo social al igual que otros colectivos esenciales durante esta crisis sanitaria han utilizado las redes sociales para adoptar este cambio de transición de un trabajo presencial a un teletrabajo para atender a los colectivos vulnerables. La red social Twitter, es muy recurrente para expresar mensajes de denuncias, difusión, demandas e información por parte de cualquier estrato social (ciudadanos, políticos, sindicatos, instituciones, asociaciones, etc.).

<sup>1</sup> FUENTE OMS. Informe disponible en: <https://bit.ly/30o1EII>

Para compartir los mensajes en redes sociales, las mismas comparten una serie de funciones y utilidades semejantes, entre las que se encuentran la interacción a nivel social y el compartir información en las mismas (Ponce, 2012). Su uso se establece en tres vertientes principales: un uso social, un uso informativo y un uso profesional.

### **1.2. Uso social de Twitter**

En cuanto al uso social, existe una preferencia por Facebook y Twitter, si bien existen rasgos distintivos en cuanto a la preferencia en su uso. En los estudios de (Korhan et al. 2016), en las que se estudió las preferencias de uso de estas dos redes sociales desde el punto de vista de las dimensiones de personalidad (extraversión, neuroticismo, apertura, amabilidad, responsabilidad, sociabilidad y cognición), dio como resultado que existía una correlación positiva entre el uso de Facebook y las personas que mayor puntuación obtenían en neuroticismo, extraversión, apertura y sociabilidad. Por su parte, los usos de Twitter tenían mayor correlación con la cognición, responsabilidad, apertura y sociabilidad.

Twitter se utiliza principalmente como medio de interacción social y de información (Pentina, Basmanova y Zhang, 2014). Así mismo Twitter plantea otro rasgo diferenciador, es el uso como segunda pantalla, siendo el canal utilizado en programas televisivos para interactuar, sobre todo en temas vinculados a contenidos políticos (Gyftopoulos et al. 2020). Facebook en cambio es una red social más enfocada a la interacción y comunicación interpersonal con otros/as usuarios/as (Kircaburun et al. 2018).

### **1.3. Uso informativo**

Los estudios de (Phua et al. 2017) indican que Twitter es la red social que la que se usa para obtener fuentes de información y que se utiliza menos para satisfacer las necesidades de relacionarse socialmente. También los estudios de (Korhan et al. 2016) arrojan que los rasgos más importantes de personalidad del uso de Twitter son la responsabilidad y la necesidad de cognición. Con lo que respecta a Facebook, aunque en menor medida, también se utiliza para obtener e intercambiar información por los usuarios, si bien en la información intercambiada prevalece la interpersonal (Kircaburun et al. 2018), reservándose Twitter como canal predominante de información institucional.

### **1.4. Uso profesional**

El uso profesional de Twitter ha sido estudiado por varios investigadores, destacamos el estudio de Pentina et al. (2014) en el que concluye que existe un motivo de desarrollo profesional combinado con un uso informativo. En consonancia con estos estudios Ruehl y Ingenhoff (2015) concluyeron la importancia de Twitter en la interacción de los/as políticos/as con organizaciones y empresas, y que Facebook es también usado para interactuar con las empresas, pero a nivel personal. Esto se debe a que Facebook permite el envío de mensaje privados, lo que facilita el contacto profesional (Smock et al., 2011).

En lo concerniente al trabajo social, el uso de Facebook es utilizado más por los/as profesionales del trabajo social, teniendo en esta red social más presencia y conectividad (Castillo De Mesa 2017). Si bien hay que tener en cuenta que Facebook es usada principalmente para mantener o reforzar las relaciones existentes offline, más que para conocer a nuevas personas (Bayer et al. 2018), así los contactos establecidos en esta red social se corresponden en su mayoría con contactos establecidos en la red personal, no ocurriendo así en Twitter (Bayer et al. 2018).

Centrándose en el uso informativo de las redes sociales, tal y como se indicó anteriormente, Twitter es la red social más efectiva para dicha tarea, tanto para informarse como para informar (Gerbaudo 2012). Aun no siendo la red social más usada, si es la preferida por su inmediatez y masiva difusión, así como la interacción y el intercambio de información e ideas abiertas (Zugasti y Sabés 2015), por tal motivo es ampliamente utilizada por instituciones pública y privadas, así como por los medios de comunicación para informar a los ciudadanos, por otra parte, las personas la utilizan para dar a conocer sus opiniones, o para formular quejas sobre servicios.

En los últimos años, los mensajes en las redes sociales han logrado una personalización de la política en los líderes de los principales partidos políticos en España, "bien sea mediante un mayor peso a éstos en comparación con la atención mediática a sus partidos; o bien mediante una mayor atención a la vida personal de los políticos" (Arceo et al. 2020, p. 18).

### **1.5. Servicios Sociales, Covid-19 y Twitter**

Los profesionales de los Servicios Sociales al comienzo de esta crisis sanitaria no fueron considerados personal esencial como la ganadería, agricultura y pesca; el abastecimiento y venta en supermercados; el reparto de comida a domicilio; los sanitarios, los centros de mayores y cuidados a dependientes; las empleadas del hogar y cuidadoras; los servicios de emergencias y las fuerzas y cuerpos de seguridad del estado; la fabricación de ropa de trabajo y productos farmacéuticos; quioscos y medios de comunicación; las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado; las Fuerzas Armadas; aduanas; banca, seguros y gestorías; servicios funerarios; limpieza urbana. Tras

la situación en la que se encontraban dichos profesionales de los Servicios Sociales se suspendieron proyectos de intervención social, se restringió la ayuda a domicilio de las personas mayores y dependientes. Por este motivo era necesario la realización de un plan integral para la atención de este colectivo durante la pandemia del Covid-19. También ha traído la consecuencia de dejar de prestar ayudas que daban un mínimo de bienestar a las familias más vulnerables, aunque el gobierno recientemente ha aprobado el Ingreso Mínimo Vital que beneficia a estos colectivos. Tras ver las autoridades el efecto que tenía la limitación de los profesionales de los Servicios Sociales, declararon a los mismos como servicios esenciales el 26 de marzo de 2020, mediante la orden SND/295/2020. Los profesionales de los Servicios Sociales siguieron prestando sus servicios bajo la limitación del estado de alarma.

Con el marco descrito anteriormente, los Servicios Sociales han podido seguir su actividad, en condiciones de excepcionalidad, y bajo las medidas de seguridad e higiene que se hacían cargo de las mismas los profesionales. Una de las primeras medidas que se llevaron a cabo fueron el garantizar la prestación de ayuda a domicilio, reconfigurando el servicio a la nueva situación: teleasistencia, ayuda a domicilio en algunos casos, etc. Se adaptó toda la gestión administrativa y de empresas proveedoras de servicios al teletrabajo, todo ello con el objetivo de cumplir con las medidas de distanciamiento social y cuidando la salud de los profesionales y de los usuarios. Estas medidas también han afectado a los colectivos vulnerables, como se ha señalado anteriormente. Todo esto se puso en marcha para intentar paliar la incidencia del Covid-19 y del estado de alarma en los asentamientos segregados y en los barrios altamente vulnerables. Las medidas y recomendaciones adoptadas por los Servicios Sociales se han extendido a los programas de protección de la infancia y la adolescencia, a la actuación del voluntariado y la intervención en Servicios Sociales de atención primaria.

Durante los meses de confinamiento y la duración de la crisis sanitaria muchas parroquias, asociaciones, comunidades, ONGs, etc., movilizan sus recursos materiales y humanos para ayudar a las familias más vulnerables (sin techo, inmigrantes irregulares, mujeres maltratadas, las familias monoparentales, los afectados por el desempleo, mayores, etc.) que se encuentran en una situación de exclusión social, gracias a estas ayudas muchas familias pueden acceder a productos de primera necesidad (González 2020). Con la situación actual al acabar el confinamiento, se espera una situación económica muy complicada en la que habría que hacer un estudio de la situación pasadas por la ciudadanía española durante el confinamiento. A nivel político, el decreto de estado de alarma aprobado por el congreso de los diputados, era imprescindible su aplicación, aunque ha traído consecuencias sociales para la economía española con el cierre de muchas empresas y con la contención económica para evitar el cierre de otras tantas con la implantación de políticas de empleo como los Expedientes de Regulación de Empleo (ERTEs) (García Ortiz et al. 2020). Los ERTes incluían a los/as trabajadores/as temporales de sectores como la hostelería, actividades de juegos de azar y apuestas, los servicios de alojamiento y los autónomos. Esta medida ha tenido consecuencias políticas por la tardanza en los pagos de las ayudas donde personas que se encontraban en esta situación han tenido que ser atendidas por los Servicios Sociales y por el tercer sector para poder sobrevivir en estos meses tan duros de confinamiento en el que el gobierno de España aprueba un real decreto (463/2020) que permitía declarar el estado de alarma en España a partir del 15 de marzo de 2020.

Como se comentó al inicio del artículo desde el inicio de la epidemia, se ha incrementado el uso de las TIC y las redes sociales como Twitter para expresar a través de mensajes las opiniones, buscar y compartir información que se relaciona con el Covid-19 y en esta investigación también dichos mensajes también se refieren a los Servicios Sociales (Galera y Juste 2020; Thelwall y Levitt 2020). Twitter, es una red social relevante para el estudio porque es muy utilizada por las personas y gran parte de sus 152 millones de usuarios/as diarios (Clement 2020) consideran dicha red social una fuente de información una fuente importante donde estar presente e informarse sobre contenidos científicos y sobre noticias relacionadas con la salud (Hitlin y Olmstead 2019; Wilford, Osann y Wenzel 2018). Por ser Twitter una de las principales redes sociales donde se encuentra informada, es importante que la información sea analizada con detenimiento para que sea de lo más veraz y fiable posible. Como consecuencia de la gran cantidad de información que se recibe con el tema del Covid-19 y las consecuencias sociales, económicas y de salud que ha provocado la epidemia, la OMS ha puesto de manifiesto que existe una "infodemia" acerca de la epidemia. Por este motivo, con la gran generación de contenidos en torno a la temática del Covid-19, es complicado identificar y distinguir los contenidos verdaderos y fiables de los contenidos falsos y propagandísticos.

Todo lo comentado anteriormente sobre los Servicios Sociales y la actuación llevada a cabo por los mismos durante la pandemia, se ha reflejado en los mensajes y discursos ideológicos, políticos y sociales emitidos en Twitter. Suscitándose debates sobre el papel fundamental que se encuentran realizando los profesionales del trabajo social durante la crisis social y sanitaria.

## 2. Objetivos

En la introducción del artículo, se han expuestos las temáticas clave que conducen a los objetivos de esta investigación:

1. Conocer las percepciones sobre los Servicios Sociales de los diferentes agentes sociales que participan en



Twitter durante la crisis del Covid-19.

2. Analizar los mensajes en Twitter, a fin de definir las temáticas prioritarias que abarcan el ideario sobre Servicios Sociales de los perfiles que participan activamente en dicha red social. Centrándonos de manera especial en los discursos políticos y la utilización de las redes sociales de estos para aproximarnos a la realidad de los Servicios Sociales en el ámbito nacional.

### 3. Metodología

Para llevar a cabo el objetivo propuesto, el proceso metodológico seguido se ha basado en un análisis cualitativo de los datos recogidos complementado con un análisis descriptivo de frecuencias (García, Trigueros y Rivera 2015).

La primera fase metodológica, dirigida a la recolección de datos, se ha efectuado una captura de tweets a través de la herramienta de búsqueda avanzada de Twitter de los términos “Servicios Sociales” y “Covid-19” en el contexto territorial de España. El espacio temporal elegido comprende el mes de marzo y abril de 2020, durante estos dos meses se vivía bajo la aplicación de un estado de alarma y han sido los meses más duros del confinamiento en España, llegando a principios de abril a un confinamiento total. Con el fin de frenar la curva del virus, el estado aprobó un real decreto (463/2020) que permitía declarar el estado de alarma nacional desde el 15 de marzo.

La segunda fase viene definida por el análisis cualitativo de los tweets extraídos de la primera fase del proceso metodológico. El método de análisis cualitativo que se ha seguido es la teoría fundamentada (Glaser y Strauss 1967) y basa su análisis en la investigación cualitativa y en el tratamiento de los datos cualitativos, en nuestro caso los tweets, a partir del Método Comparativo Constante (MCC) abordado a través de un software Computer-Assisted/Aided Qualitative Data Analysis Software (CAQDAS) (Woods et al. 2016) en nuestro caso el software Atlas.Ti 8. El MCC consiste en la recogida, codificación y análisis de datos de forma sistemática, llevando a cabo una comparación constante de similitudes y diferencias de elementos identificados en los datos con el objetivo de descubrir comunidades entre diferentes relaciones que se van reiterando a lo largo del análisis de los datos.

La codificación es el proceso mediante el cual se analiza la información obtenida durante la investigación y se agrupa dicha información en categorías o códigos que son las unidades mínimas de significado, y supondrán en el método los nodos de las redes semánticas.

La figura 1, muestra de manera esquemática el proceso analítico cualitativo participado de un software CAQDAS seguido en este estudio.

Figura 1. Título de la figura



Fuente(s): Elaboración propia a partir del esquema de Muñoz-Justicia, 2005.

El resultado de la búsqueda ha dado origen a la configuración de la base de datos que será objeto de análisis del presente artículo con una muestra total de 845 tweets recogidos. Los mismos nos darán una visión aproximada de los Servicios Sociales en los discursos políticos y su uso de las redes sociales.

El estudio de la muestra ha permitido obtener una panorámica general del discurso en Twitter durante estos dos meses de confinamiento. Dichos discursos tanto de políticos, partidos políticos, ciudadanos, organizaciones versan sobre difusión de información en distintos aspectos, denuncias y valoraciones positivas siempre desde la perspectiva de mejorar y poner en valor el trabajo que realizan los profesionales de los Servicios Sociales desde su sentido más amplio, ya que han sido servicios esenciales durante esta pandemia.

La estrategia de análisis seguida en Atlas.Ti 8 para codificar cada respuesta, se ha utilizado la codificación abierta para considerar cada detalle mientras se ha desarrollado algunas categorías provisionales (tipos de fuentes de información, funciones de los tuits, temas de los tuits, etc.) que son examinadas según propiedades específicas para luego establecer subcategorías. La información se codificó y categorizó identificando uno o más mensajes de los usuarios que emiten en Twitter de un tema y relacionándolo con un código. Se les ha asignado nombres a todos los códigos lo más cercano posible al concepto que están describiendo.

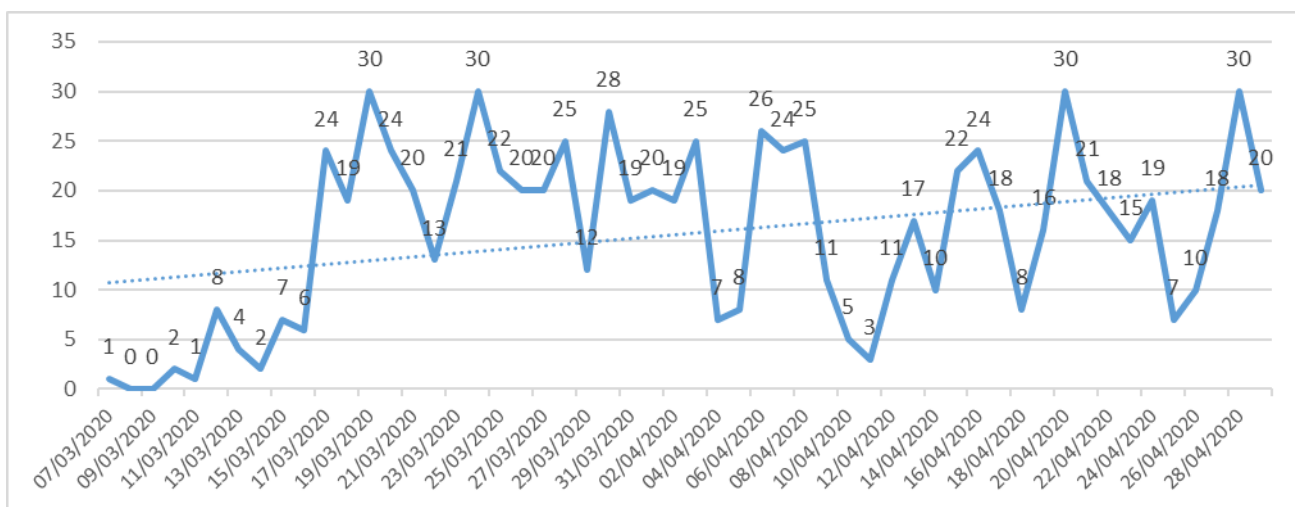
#### 4. Resultados y discusión

Como resultado de la aplicación del modelo metodológico descrito se han extraído un total de 845 tweets que conforman la base del análisis realizado en Atlas.Ti 8. De ellos 292 fueron publicados en el mes de marzo y 553 en el mes de abril de 2020, coincidiendo con el periodo de cuarentena nacional.

El proceso de análisis descrito con Atlas.Ti ha dado como resultado un total de 97 códigos o unidades mínimas de información conectados a través de 3.566 relaciones directas mediante las cuales se estructura el discurso de los tweets analizados.

Como se observa en la Figura 2, aunque se muestran diferencias de volumen a lo largo de los días con continuas subidas y bajadas, la publicación de tweets sobre Servicios Sociales y Covid-19 han seguido una tendencia al alza, alcanzando la treintena en los días centrales del confinamiento. Se observa, además una periodicidad, siendo los viernes y los jueves, respectivamente los días con menor número de publicaciones en Twitter sobre el tema de estudio, mientras que los lunes y martes son los días que cuenta con un mayor volumen de tweets.

Figura 2. Evolución del volumen de tweets durante el confinamiento en España



Fuente(s): Elaboración propia, 2020.

Además de la tendencia positiva del volumen de tweets es importante resaltar la diversidad de fuentes que los han publicado, así, según perfiles se han distinguido un total de 16 tipos de fuentes que han publicado tweets sobre Servicios Sociales y Covid-19 en la red social. Como se detalla en la siguiente tabla, la fuente más activa en la red social es la que parte de particulares, con un total de 193 tweets, seguido de los ayuntamientos y gobiernos locales con 131 tweets.

Estos datos muestran una importante movilización de la ciudadanía en la información, denuncia y demanda de los Servicios Sociales, resaltando la importancia de los mismos en la pandemia.

A nivel territorial, se han registrado en la Comunidad de Madrid, región en la que, junto con Cataluña, se ha ubicado el epicentro de la pandemia en España durante el confinamiento nacional, un total de 230 Tweets sobre “Servicios Sociales” y “Covid-19” lo que supone el 33% del total de tweets analizados. Profundizando en el análisis por regiones, se aprecia una relación directa entre el número de tweets y el número de contagios, siendo las regiones más profundas en la red social aquellas que han tenido un mayor nivel de afectación del coronavirus,

a excepción de Andalucía, que se sitúa en la segunda posición con 111 tweets y que, sin embargo, ha tenido una incidencia de contagios relativamente baja en comparación con el resto de regios, lo que puede deberse a que Andalucía es la región con mayor población del país con 8.476.718 habitantes, según el Padrón de 2020, lo que supone el 17,91% de la población total española.

En cuanto al objetivo perseguido en la publicación de los tweets se diferencian entre difusión de servicios o medidas puestas en marcha durante el confinamiento, denuncias a instituciones públicas por la falta de medios y demandas de aumento de recurso o servicios.

Los códigos extraídos de los tweets analizados se vierten en la siguiente tabla en la que se observa la utilización de la red social, de manera principal, para dar difusión a las medidas que se han activado. Así la difusión de aumento de recursos económicos, materiales y humanos en Servicios Sociales para la atención a los colectivos con mayor vulnerabilidad social es la información más reiterada con un total de 179 tweets, seguidos a distancia por la difusión de las atenciones realizadas desde los Servicios Sociales durante el periodo de cuarentena nacional, así como las mejoras y prestaciones llevadas a cabo y las informaciones, recomendaciones y pautas o guías de actuación ante la pandemia, han sido igualmente informaciones con una alta reiteración en la red social.

Las demandas y denuncias han tenido una menor repercusión, siendo las más presentes la necesidad de coordinación y de refuerzo de los Servicios Sociales ante una pandemia que ha evidenciado la falta de recursos económicos y humanos para atender a las urgencias emergidas a raíz de la pandemia.

Atendiendo al análisis descriptivo de los tweets publicados, podemos afirmar que Twitter ha sido el principal de comunicación digital durante el confinamiento siendo utilizado tanto por particulares, como organizaciones privadas y entidades públicas para dar a conocer novedades, cambios, mejoras y difundir las actividades realizadas a lo largo del periodo analizado. En lo referente a “Servicios Sociales” y “Covid-19”, la red ha sido utilizada predominantemente por los servicios, partidos políticos y entes públicos para difundir el aumento de la inversión en recursos humanos, materiales y de servicios, alcanzando los 179 tweets a nivel nacional en algo menos de dos meses. También las atenciones realizadas de los Servicios Sociales han sido centrales en las campañas de difusión a través de la red social, dando a conocer el aumento de financiación en estos Servicios y reconociendo la labor de los profesionales que desde los Servicios Sociales han respondido al aumento de las demandas surgidas a raíz de la crisis sociosanitaria que ha generado el coronavirus SARS-COV-2.

Sin embargo, a pesar de la difusión realizada y del aumento de recursos en los Servicios Sociales, el descontento en la atención y la visibilización de la fragilidad presupuestaria y de recursos en Servicios Sociales se ha hecho patente en la red social. La denuncia de la situación de saturación de los Servicios Sociales ha partido desde prácticamente todas las fuentes identificadas, el aumento de la demanda de servicios, unido a una infradotación de los servicios ha supuesto el colapso de los servicios. La urgencia de las nuevas realidades de vulnerabilidad social emergidas durante el confinamiento ha supuesto el retraso en la respuesta a las necesidades más básicas, teniendo que recurrir a donaciones privadas, voluntariado y estructuras no formales de apoyo a los Servicios Sociales para intentar responder ante la avalancha de solicitudes de atención.

Las dificultades que han tenido los Servicios Sociales para atender a las demandas sociales han sido claramente expuestas y denunciadas por las diferentes fuentes de manera reiterada en todos los territorios del país, dejando en evidencia la falta de recursos y de financiación de la red de recursos sociales, a todas luces insuficientes para asumir el volumen de demandas.

Unido a la infradotación de recursos humanos y la infrafinanciación, se ha puesto de manifiesto la ineficacia de los protocolos de coordinación, en muchos casos inexistentes, que se ha traducido en un retraso en la respuesta a las necesidades sociales y un abandono de determinados colectivos cuya vulnerabilidad se ha visto multiplicada a raíz de la crisis.

Otro tema que centra el interés de los participantes en la red social, es la denuncia de la ausencia de protocolos de prevención y equipos de protección que, al igual que en el sistema sanitario, ha derivado en una alta incidencia de contagios entre los profesionales de los Servicios Sociales, lo que agrava aún más la crisis en la atención, pues supone una merma de profesionales en la ya exigua plantilla de los dispositivos de Servicios Sociales en los municipios españoles.

Sin embargo, a pesar de la urgencia, de las dramáticas circunstancias que ha tenido que sufrir de manera especialmente notable la población con mayor vulnerabilidad social, y del colapso de los servicios básicos para la población, la mayor parte de partidos políticos han aprovechado la red social para denunciar las medidas puestas en marcha por sus contrincantes políticos y demandar mejoras en los servicios a los colectivos que más han sufrido la crisis, contribuyendo a la crispación sociopolítica que se ha generado durante los meses de confinamiento.

Ante la evidencia de la maltrecha situación de los Servicios Sociales incapaces de absorber la demanda, han sido frecuentes los tweets dirigidos a comprender esta situación como una oportunidad para visibilizar la realidad de los servicios, y demandar una reorganización y mejora de los mismos, declarando los Servicios Sociales como servicios esenciales y, por tanto, prioritarios en la financiación pública y en la obtención de recursos suficientes.





El resultado de esta red, identifica el centro del árbol radial el código de “Denuncia al ayuntamiento sobre la falta de coordinación y las deficiencias de los Servicios Sociales frente al Covid-19”. Este elemento, a pesar de no estar entre los elementos más reiterados en el discurso (sólo 15 tweets de los 845 analizados han sido codificados con este código) reviste una gran relevancia pues es capaz de estructurar la red a partir de su centralidad.

La centralidad es un elemento de análisis frecuentemente utilizado en redes sociales (Frank 2002; Freeman 1978; Pow et al. 2012) ya que permite conocer los elementos con una mayor eficiencia, es decir, su capacidad de incidencia en el resto de la red.

Por ello la falta de coordinación y deficiencias de los Servicios Sociales que se han puesto de manifiesto durante el periodo de cuarentena nacional, goza de una importancia vital en el funcionamiento de los dispositivos encargados de garantizar el bienestar social a las poblaciones con mayor nivel de afectación.

La falta de inversión en el sistema de Servicios Sociales, ampliamente denunciado y criticado tanto desde la academia como desde las organizaciones tanto públicas y privadas (Álvarez-Martínez y Polo 2018, 854; Marco Penas 2016, 116) ha evidenciado la imposibilidad de una respuesta adecuada de estos servicios ante el aumento de la demanda recibida a partir del decreto del estado de alarma en el país. Siguiendo con el gráfico, las fuentes que lo han denunciado son particulares, plataformas ciudadanas, medios de comunicación e información, sindicatos y plataformas comerciales. Sin embargo, otras fuentes, con un mayor peso en la toma de decisiones al respecto, se mantienen alejados del centro de la red. Así, los partidos políticos, se han centrado en la difusión del refuerzo en la asistencia social primaria y las ayudas económicas realizada y demandar el aumento de recursos en Servicios Sociales cuando el gobierno correspondiente es de distinto signo político.

Por su parte los ayuntamientos y gobiernos locales, han puesto el foco en la difusión de los refuerzos emprendidos en Servicios Sociales y en la demanda al gobierno regional y nacional de más recursos para combatir el virus. En el caso de los gobiernos regionales responsables de las competencias en Servicios Sociales y el gobierno nacional con competencia en sanidad, transferida por las regiones durante el estado de alarma, se aproximan, en el gráfico 3, a nodos cuyas temáticas versan sobre la difusión de los programas, las gestiones y los servicios que han potenciado o iniciado durante la pandemia y en purgar las responsabilidades a otros gobiernos con competencia en la materia.

Otro análisis de interés, viene determinado por el posicionamiento de los partidos políticos ante la pandemia (Figura 4), ya que son entes referentes en la gestión de los fondos públicos y en la coordinación y dotación de recursos en Servicios Sociales. De acuerdo con el gráfico 4, no se encuentran diferencias relevantes entre partidos políticos de ideología de izquierda y partidos tradicionalmente de derechas. La realidad multiterritorial de España, donde los gobiernos regionales gozan de autonomía y gestionan las competencias propias en Servicios Sociales, complican la polarización de los comportamientos en Twitter. Sí parece clara, que los partidos políticos utilizan la red social como medio de difusión de las acciones emprendidas fundamentalmente en los territorios o regiones que gobiernan, y adoptan una posición más crítica respecto de la gestión gubernamental de la crisis cuando componen la oposición al gobierno territorial.

Inciendiando en el discurso político, y en las estrategias de comunicación seguidas por los partidos políticos a través de Twitter, encontramos que el partido político que ha tenido una difusión más completa ha sido Ciudadanos, partido que se sitúa en el arco ideológico de centro-derecha, que con un total de 24 tweets sobre Covid-19 y Servicios Sociales, diversificando sus publicaciones en Twitter, con representación en la red social prácticamente de todas las regiones y combinando denuncia y demandas tanto a gobiernos locales como regionales y nacional y difusión de temas con una importante centralidad.



graves efectos en el empleo y en la capacidad de ahorro de las familias.

El incremento de la visibilidad de los Servicios Sociales durante el confinamiento nacional se ha trasladado a un aumento considerable y sin precedentes de la atención en Twitter a estos servicios, publicándose mensajes de información y difusión pero también de denuncias y demandas sobre la falta de coordinación y la escasez de recursos han partido de la propia población y los medios de comunicación principalmente, mientras que los responsables políticos han preferido la utilización de la red social para difundir los refuerzos en los servicios que han puesto en marcha y las gestiones realizadas para intentar atajar la crisis socio sanitaria.

Esta crisis ha puesto de manifiesto la infradotación de los Servicios Sociales tanto a nivel presupuestario, de recursos humanos y de protocolos de prevención y coordinación de los diferentes dispositivos de atención socio sanitaria. Esto ha generado retrasos en la atención a necesidades básicas de la población en una situación de máxima vulnerabilidad social y la saturación de los servicios incapaces de absorber el aumento de las demandas generadas por la situación de paralización socioeconómica y confinamiento que ha sufrido el país los meses de marzo y abril de 2020.

La denuncia continua, la movilización de amplios sectores de la sociedad en las redes sociales como Twitter, la implicación de los profesionales en sus respectivos servicios, atendiendo a la población incluso en situación de desprotección frente al virus, y el colapso de los servicios en una situación de pandemia como la vivida, unida a la posibilidad potencial de futuras crisis socio sanitarias, hacen necesario un cambio en el modelo de financiación y gestión de Servicios Sociales públicos, que permitan garantizar las prestaciones sociales básicas a la totalidad de la población, impidiendo situaciones de insatisfacción de derechos fundamentales, y el agravamiento de la vulnerabilidad social de los colectivos con mayor riesgo social.

## **6. Agradecimientos**

Este artículo ha sido financiado por un contrato predoctoral FPU (FPU17/01215) del beneficiario Alfonso Chaves-Montero del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades del Gobierno de España. Resolución de 31 de agosto de 2018 de la Secretaría de Estado de Universidades, Investigación, Desarrollo e Innovación, por la que se conceden ayudas para contratos predoctorales de Formación y Movilidad dentro del Programa Estatal de Promoción del Talento y su Empleabilidad.

## Referencias

- Aguilar-Gallegos, N., Romero-García, L.E., Martínez-González, E.G., García-Sánchez, E.I., & Aguilar-Ávila, J. (2020). Dataset on dynamics of Coronavirus on Twitter. *Data in Brief*, 30, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2020.105684>
- Álvarez-Martínez, M.T., & Polo, C. (2018). The Cost of Public Deficit in Spain: Increasing Tax Rates and Reducing Public Spending. *Trimestre Económico*, 85(340), 833-858. <https://doi.org/10.20430/ete.v85i340.521>
- Arceo Vacas, A., Álvarez Sánchez, S., y Serrano Villalobos, O. (2020). Los debates electorales de 2015 y 2016 en España. Contexto de percepción y credibilidad para los jóvenes. *Revista Latina de Comunicación Social*, 76, 17-37. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1435>
- Bayer, J., Ellison, N., Schoenebeck, S., Brady, E., Falk, & Emily B. (2018). Facebook in context(s): Measuring emotional responses across time and space. *New Media & Society*, 20(3), 1047-1067. <https://doi.org/10.1177/1461444816681522>
- Castillo De Mesa, J. (2017). *El Trabajo Social ante el reto de la transformación digital. Big data y redes sociales para la investigación e intervención social*. Aranzadi.
- Chen, E., Lerman, K., & Ferrara, E. (2020). Tracking Social Media Discourse About the COVID-19 Pandemic: Development of a Public Coronavirus Twitter Data Set. *JMIR Public Health Surveil*, 6(2), 1-12. <https://doi.org/10.2196/19273>
- Clement, J. (2020). Countries with the most Twitter users 2020. *Statista*. <https://bit.ly/3eY5ozt>
- Europa Press. (2020). España, entre los que más sufrirán el impacto inicial de la crisis del coronavirus. *Europa Press*. <https://bit.ly/3hTiVcU>
- Frank, O. (2002). Using centrality modeling in network surveys. *Social Networks*, 24(4), 385-394. [https://doi.org/10.1016/S0378-8733\(02\)00014-X](https://doi.org/10.1016/S0378-8733(02)00014-X)
- Freeman, L.C. (1978). Centrality in social networks conceptual clarification. *Social Networks*, 1(3), 215-239. [https://doi.org/10.1016/0378-8733\(78\)90021-7](https://doi.org/10.1016/0378-8733(78)90021-7)
- Friese, S. (2020). Atlas.Ti 8 Windows. User Manual. *Atlas.Ti Scientific Software Development*. <https://bit.ly/33fEmzE>
- Galera, C., y Juste, M. (2020). El impacto del coronavirus en las redes sociales españolas. *Expansión*. <https://bit.ly/2KJmO4N>
- García Ortiz, M.D., Tornel Marín, M.T., y Santos Jaén, J.M. (2020). Un retorno inevitable al concepto de pobreza en España en tiempos de confinamiento por el COVID-19. *La razón histórica. Revista hispanoamericana de Historia de las Ideas*, (46), 63-76.
- García Suárez, J., Trigueros Cervantes, C., y Rivera García, E. (2015). Twitter como recurso para evaluar el proceso de enseñanza universitaria. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 12(3), 32-45. <http://dx.doi.org/10.7238/rusc.v12i3.2092>
- Gerbaudo, P. (2012). *Tweet and the streets: Social Media and Contemporary Activism*. Pluto Press.
- Gollust, S.E., Nagler, R., & Fowler, E.F. (2020). The Emergence of COVID-19 in the U.S.: A Public Health and Political Communication Crisis. *Journal of health politics, policy and law*, 1-17. <https://doi.org/10.1215/03616878-8641506>
- González García, C. (2020). Jesús no solo está en la Eucaristía, también en los pobres. *Ecclesia*, (4033), 31-37.
- Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Aldine.
- Gyftopoulos, S., Drosatos, G., Stamatelatos, G., & Efraimidis, Pavlos. (2020). A Twitter-based approach of news media impartiality in multipartite political scenes. *Social Network Analysis and Mining*, 10 (1), 1869-5469. <https://doi.org/10.1007/s13278-020-00642-x>
- Hitlin, P., & Olmstead, K. (2018). The Science People See on Social Media. *Pew Research Center. Science & Society*. <https://pewrsr.ch/3aJDRyj>
- Jiménez-Sotomayor, M.R., Gómez-Moreno, C., & Soto-Pérez-de-Celis, E. (2020). Coronavirus, Ageism, and Twitter: An Evaluation of Tweets about Older Adults and COVID-19. *Journal of the American Geriatrics Society*, 68(8), 1-5. <https://doi.org/10.1111/jgs.16508>
- Kircaburun, K., Alhabash, S., Tosuntaş, S.B., & Griffiths, M. (2018). Uses and Gratifications of Problematic Social Media Use Among University Students: a Simultaneous Examination of the Big Five of Personality Traits, Social Media Platforms, and Social Media Use Motives. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18(3), 525-547. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9940-6>
- Korhan, O., & Ersoy, M. (2016). Usability and functionality factors of the social network site application users from the perspective of uses and gratification theory. *Qual Quant*, 50(4), 1799-1816. <https://doi.org/10.1007/s11135-015-0236-7>
- Lazer, D., Baum, M., Benkler, Y., Berinsky, A., Greenhill, K., Menczer, M., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S., Sunstein, C., Thorson, E., Watts, D., & Zittrain, J. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>
- Marco Penas, E. (2016). A Need to Increase Public Investment and Apply the Expenditure Rule. *Revista Catalana De Dret Public*, (53), 116-134. <https://doi.org/10.2436/rcdp.i53.2016.2785>



- Massaad, E., & Cherfan, P. (2020). Social Media Data Analytics on Telehealth During the COVID-19 Pandemic. *Cureus*, 12(4), 1-7. <https://doi.org/10.7759/cureus.7838>
- Muñoz-Justicia, J. (2005). Análisis cualitativo de datos textuales con Atlas.Ti 5., consultado el 30 de junio de 2020. *Universitat Autònoma de Barcelona*. <https://bit.ly/2SeV0ZQ>
- Pentina, I., Basmanova, O., & Zhang, L. (2014). A cross-national study of Twitter users' motivations and continuance intentions. *Journal of Marketing Communications*, 22(1), 6-55. <https://doi.org/10.1080/13527266.2013.841273>
- Pérez-Dasilva, J.Á., Meso-Ayerdi, K., y Mendiguren-Galdospín, T. (2020). Fake news y coronavirus: detección de los principales actores y tendencias a través del análisis de las conversaciones en Twitter. *El profesional de la información*, 29(3), 1-22. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.08>
- Phua, J., Jin, S., & Kim, J. (2017). Gratifications of using Facebook, Twitter, Instagram, or Snapchat to follow brands: The moderating effect of social comparison, trust, tie strength, and network homophily on brand identification, brand engagement, brand commitment, and membership intention. *Telematics and Informatics*, 34(1), 412-424. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.06.004>
- Ponce-K, I. (2012). Redes Sociales. *Astearte*. <https://bit.ly/39pww7i>
- Pow, J., Gayen, K., Elliott, L., & Raeside, R. (2012). Understanding complex interactions using social network analysis. *Journal of Clinical Nursing*, 21(19), 2772-2779. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2702.2011.04036.x>
- Pulido-Rodríguez, C., Villarejo-Carballido, B., Redondo-Sama, G., Guo, M., Ramis, M., & Flecha, R. (2020). False news around COVID-19 circulated less on Sina Weibo than on Twitter. How to overcome false information? *International and Multidisciplinary Journal of Social Sciences*, 0(0), 1. <https://doi.org/10.17583/rimcis.2020.5386>
- Roncallo-Dow, S., Córdoba-Hernández, A.M., y Durán Camero, M. (2019). Aylan Kurdi, Twitter y la indignación efímera. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (165), 121-142. <http://dx.doi.org/10.5477/cis/reis.165.121>
- Ruehl, C.H., & Ingenhoff, D. (2015). Communication management on social networking sites. *Journal of Communication Management*, 19(3), 288-302. <https://doi.org/10.1108/JCOM-04-2015-0025>
- Santorro, P. (2020). Coronavirus: la sociedad frente al espejo. *Inter Press Service*. <https://bit.ly/318V7v0>
- Scheufele, D., & Krause, N. (2019). Science audiences, misinformation, and fake news. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(16), 7662-7669. <https://doi.org/10.1073/PNAS.1805871115>
- Thelwall, M., & Levitt, J. (2020). Retweeting Covid-19 disability issues: Risks, support and outrage. *El profesional de la información*, 29(2), 1-6. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.16>
- Vallejo, C. (2020). La búsqueda de la felicidad en época de coronavirus. *Fundación para el conocimiento de Madrid*. <https://bit.ly/3duh1MG>
- Wang, X., Zou, C., Xie, Z., & Li, D. (2020). Public Opinions towards COVID-19 in California and New York on Twitter. *MedRxiv: the preprint server for health sciences*, 1-17. <https://doi.org/10.1101/2020.07.12.20151936>
- Wilford, J., Osann, K., & Wenzel, L. (2018). Social Media Use Among Parents of Young Childhood Cancer Survivors. *Journal of Oncology Navigation & Survivorship*, 9(1), 10-17.
- Woods, M., Macklin, R., & Lewis, G. (2016). Researcher reflexivity: exploring the impacts of CAQDAS use. *International Journal of Social Research Methodology*, 19(4), 385-404. <https://doi.org/10.1080/13645579.2015.1023964>
- Zugasti, R., y Sabés, F. (2015). Los issues de los candidatos en Twitter durante la campaña de las elecciones generales de 2011. *Revista de Estudios de Comunicación*, 20(38), 161-178.