

## Twitter, servicios sociales y participación social. Análisis del discurso político e interacciones ciudadanas<sup>1</sup>

Alfonso Chaves-Montero<sup>2</sup>, Fernando Relinque-Medina<sup>3</sup> y Manuela Á. Fernández-Borrero<sup>4</sup>

Recibido: 5 de febrero de 2020 / Aceptado: 26 de mayo de 2020

**Resumen.** El presente artículo se centra en el estudio de los mensajes emitidos en Twitter en torno a los tópicos de los servicios sociales, tanto en el discurso político como en las aportaciones de la ciudadanía. La muestra es de 4.326 tuits generados en los años 2015-2018 del tópico “servicios sociales”, realizando un análisis cualitativo en Atlas.ti 8 previa codificación del contenido de los mensajes al objeto de analizar las relaciones y redes entre los códigos generados. El objetivo es conocer las percepciones sobre los servicios sociales de los diferentes agentes en Twitter y analizar los discursos, a fin de definir las temáticas prioritarias de los perfiles que participan activamente. Los resultados señalan que los/as usuarios/as utilizan Twitter fundamentalmente para una comunicación informal, centrada en mensajes de difusión, denuncias y valoraciones positivas para darles mayor visibilidad e impacto. Además, se desprende que el uso de Twitter tiene enfoques diferentes según cada fuerza política.

**Palabras clave:** Twitter; servicios sociales; participación social; comunicación política; red social.

### [en] Twitter, social services and social participation. Analysis of political discourse and citizen interactions

**Abstract.** The present article focuses on the study of the messages issued on Twitter around the topics of social services, both in the political discourse and in the contributions of citizens. The sample is 4,326 tweets generated in the years 2015-2018 of the topic “social services”, making a qualitative analysis in Atlas.ti 8 prior coding of the content of the messages in order to analyze the relationships and networks between the codes generated. The objective is to find out the perceptions of the different agents on Twitter about social services and to analyze the discourses, in order to define the priority themes of the profiles that actively participate. The results indicate that users use Twitter fundamentally for informal communication, focused on dissemination messages, denunciations and positive evaluations to give them greater visibility and impact. In addition, it is clear that the use of Twitter has different approaches according to each political force.

**Keywords:** Twitter; social services; social participation; political communication; social network.

**Sumario.** 1. Introducción. 1.1. Uso de las redes sociales como elemento de participación. 2. Método. 3. Resultados. 3.1. Tuits de difusión. 3.2. Tuits de denuncias. 3.3. Tuits de valoraciones positivas. 3.4. Análisis de redes semánticas. 4. Conclusiones. 5. Referencias bibliográficas.

**Cómo citar:** Chaves-Montero, A., Relinque-Medina, F. & Fernández-Borrero, M. Á. (2020). Twitter, servicios sociales y participación social. Análisis del discurso político e interacciones ciudadanas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(4), 1371-1386. <https://doi.org/10.5209/esmp.67585>

## 1. Introducción

La irrupción de las redes sociales en el panorama comunicativo supuso un revulsivo en la forma de comunicarse, tanto a nivel individual como en la esfera de los medios de comunicación tradicionales. Según Cotarelo (2010) los motivos asociados a esta rápida

implantación de las redes sociales en los medios tradicionales serían la multilateralidad, la interacción, la inmediatez y la gratuidad. Esto ha provocado un proceso de transformación significativa la esfera pública (Habermas, 1968), reconfigurándola en una esfera pública digital pasando de un modelo comunicativo vertical, jerarquizado y unidireccional a otro modelo

<sup>1</sup> Este artículo se encuentra financiado por un contratado 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 para la Formación y Movilidad dentro del Programa Estatal de Promoción del Talento y su Empleabilidad.

<sup>2</sup> Universidad de Huelva (España)  
E-mail: [alfonso.chaves@dstso.uhu.es](mailto:alfonso.chaves@dstso.uhu.es)

<sup>3</sup> Universidad de Huelva (España)  
E-mail: [fernando.relinque@dstso.uhu.es](mailto:fernando.relinque@dstso.uhu.es)

<sup>4</sup> Universidad de Huelva (España)  
E-mail: [manuela.fernandez@dstso.uhu.es](mailto:manuela.fernandez@dstso.uhu.es)

multidireccional, horizontal y desjerarquizado (Rotà, 2000, pp.45-46) donde el mayor beneficiado es el/la ciudadano/a.

Las redes sociales, y en especial Twitter, se han convertido en esa nueva esfera pública, reforzando el papel de esta red como termómetro del ambiente social (López-Meri, 2017). Twitter permite expresar ideas, quejas o propuestas políticas de los/as ciudadanos/as y en los servicios sociales se utiliza para poder analizar coaliciones, redes y comunidades desde el ámbito de la intervención social (Del Fresno García, 2015).

Las redes sociales han rediseñado el panorama de los medios de comunicación, y han aumentado la importancia que tienen en las campañas electorales, y en especial Twitter (Campos-Domínguez, 2017), siendo un instrumento consolidado en las campañas electorales, desde la primera campaña del Obama en el 2008 (Bohaty, 2009; Bimber, 2014), hasta las nuevas campañas electorales de políticos populistas (van-Kessel y Castelein, 2016) que dan prioridad a la agresividad y a propuestas programáticas simplistas, en lugar de propuestas complejas. Este nuevo estilo comunicativo inaugurado en la campaña electoral de Donald Trump (Enli, 2017), ha sido seguido entre otros en España por la formación política Vox (Rivas-de-Roca et al., 2020) y en Brasil por Bolsonaro (Aruguete et al., 2019), caracterizándose por la polarización de los usuarios en Twitter y la división entre grupos sociales (Hahn et al., 2015).

La participación tanto política como cívica de la sociedad ha evolucionado hacia nuevas formas de compromiso emergente, a ese cambio han contribuido los medios de comunicación (Hernández, 2011), estos cambios se producen por un cambio de las estructuras de la sociedad, caracterizadas por una organización estructural horizontal y flexibles, donde la línea entre lo público y privado queda difuminada, participación en manifestaciones espontáneas e irregulares y una implicación más individual que colectivo (Stolle y Hooghe, 2004).

Bennett et al. (2010) distingue dos formas de entender y ejercer la ciudadanía, un tipo de ciudadanía más tradicional tanto en estilo cívico como en el consumo comunicación denominada DC (Dutiful Citizenship) y un segundo tipo de ciudadanía más abierta y creativa tanto en el consumo como en la generación de comunicación denominada AC (Actualizing Citizenship). A la ciudadanía AC se la podría vincular con el uso de internet y las redes sociales, si bien Hernández (2011) aboga por la no existencia de dicha diferenciación y que al igual que en la esfera offline existen los dos tipos de ciudadanía, en la esfera online también. Este modelo AC no solo afectaría a los jóvenes, sino que afecta a toda la ciudadanía. Ejemplos actuales de este compromiso y participación lo podemos encontrar en el movimiento 15M (Feenstra et al., 2017) o la campaña MeToo (Kunst et al., 2019) donde las redes sociales y en concreto Twitter han tenido un papel preponderante en los procesos de comunicación.

La comunicación en las redes sociales se enmarca en lo que se denomina comunicación 2.0 (Benítez et al., 2018) proporcionando mecanismo para que el ciudadano pueda expresar sus opiniones e ideas interactuando con otros usuarios de la red y proporcionando mecanismos para la retransmisión de sus mensajes. A esta funcionalidad de comunicación de ideas y opiniones hay que añadir que es un medio para que los usuarios/as establezcan relaciones personales a través de la red (Chen, 2011). Tener presencia y actividad en la red y que exista una comunicación bidireccional entre los/as usuarios/as es gratificante y personaliza mucho la cercanía del titular de la cuenta con sus seguidores/as. Esta es la comunicación que debería prevalecer y normalizarse de forma habitual en Twitter, si bien la evidencia apunta a que dicha comunicación bidireccional no existe o es escasa entre los políticos y la ciudadanía (Alonso-Muñoz et al., 2016; Nulty et al., 2016). Estos mecanismos que tienen los/as ciudadanos/as para participar, debatir y opinar, fortalecen la opinión propia (Moya-Sánchez y Herrera-Damas, 2015), y supone una compensación inmaterial que forma parte del proceso de comunicación en Twitter, fortaleciendo el discurso que se genera en dicha red social (Fedi, 2001).

El potencial de la participación en Internet ha sido estudiado por diferentes autores en diversos ámbitos, como la participación de minorías, que tradicionalmente no participan en política (Bekafigo y McBride, 2013; Morris y Morris, 2013), la correlación existente, entre el uso de internet y la participación política en la juventud (Espinar-Ruiz y González-Río, 2015), argumentando que a mayor uso de internet mayor participación online, y mayor participación offline. En este mismo sentido Gil de Zúñiga, Molyneux y Zheng (2014) afirman que las redes sociales tienen efectos directos sobre la participación política offline, idea ratificada por los estudios de Vaccari et al. (2015), De Marco y Robles (2012) y Valenzuela, Park y Kee (2009).

El uso de las redes sociales, principalmente Facebook y Twitter, ha sido estudiado desde el punto de vista de la participación social y los movimientos sociales, asociado con las acciones y movilizaciones de protesta, (Castells, 2012). Así mismo el uso de las redes sociales con fines informativos ejerce un impacto positivo en la participación de las personas en acciones cívicas y políticas, y por el contrario los usos recreativos de las redes sociales tienen un efecto negativo en dichas participaciones (Gil de Zúñiga, Jung y Valenzuela, 2012). Y desde el punto de vista de la participación cívica, el uso de las redes sociales con fines informativos ayuda a la construcción de una identidad personal al habilitar múltiples canales para la retroalimentación interpersonal y la aceptación entre pares (Harter, 1999) y ayudando al reforzamiento de los lazos y comunidades por la actualización constante de lo que sucede en su entorno (Park, Kee y Valenzuela, 2009). Por todo ello un mayor intercambio de información entre los miembros del grupo

online ayuda a construir relaciones de confianza, ya que al hacer sentir a los mismos miembros de una comunidad y aumentando su conocimiento sobre los miembros de la misma aumenta el compromiso cívico y político.

### 1.1. Uso de las redes sociales como elemento de participación

Asociado al uso expresivo de las redes sociales se establece una relación positiva con otros atributos de la discusión interpersonal, como el razonamiento, la conexión con vínculos débiles y la exposición al desacuerdo. Por lo que respecta a la discusión interpersonal, internet y las redes sociales son un espacio de discusión pública donde se promueve el intercambio de información e ideas a través de la discusión (Kobayashi et al., 2006), por lo que la relación que se establece es de tipo positivo entre el uso expresivo y la discusión, y no dándose esta relación en un uso informativo o consultivo. Así mismo el intercambio de información facilita exponerse a puntos de vista diferentes, lo que aumenta la posibilidad de tener perspectivas diferentes ideológicamente a la propia, enriqueciéndose el razonamiento (McKenna y Bargh, 2000), promoviendo el intercambio deliberativo de ideas y pensamientos (Papacharissi, 2002). Y por último la conexión con vínculos débiles (también denominados lazos débiles) en la conformación de una red social heterogénea expone al sujeto más fácilmente a nuevas ideas produciendo mayor diversidad de pensamiento que una red conformada solo por vínculos o lazos fuertes (Granovetter, 1973).

Según lo expuesto se puede resumir que las redes sociales ofrecen una nueva forma de participación en la esfera pública online, y que dicha participación mantiene fuertes vínculos con la participación offline, complementándola y fortaleciéndola, por lo que las redes sociales son un medio para la participación social y el activismo, y puesto que se experimenta un crecimiento continuado en su uso, se podría esperar una mayor participación social y activismo offline.

El panorama político vivido en España en el periodo analizado en este trabajo, se va a caracterizar por la sucesión de varias campañas electorales muy seguidas, así desde el 2015 se sucede la campaña de 2016, la moción de censura a M. Rajoy en 2018, que supone un cambio de partido político en la presidencia del país. Lo cual va a propiciar una fuente constante de comunicaciones políticas en las redes sociales tanto en los periodos de campaña y precampaña como en los periodos intermedios, siendo el periodo de precampaña y campaña electoral cuando los/as políticos/as son más activos en las redes sociales (Abejón-Mendoza, Sastre-Asensio y Linares-Rodríguez, 2012), y siendo Twitter la red social con un papel preponderante en el ámbito político (Rodríguez y Ureña, 2012). Y aunque queda fuera del estudio

de este trabajo, en la actualidad seguimos con una situación política altamente inestable, ya que, después de la moción de censura a M. Rajoy en 2018, se convocaron elecciones generales en abril de 2019 sin que se lograra el establecimiento de un gobierno, produciéndose la repetición electoral en noviembre de 2019<sup>5</sup>.

Los estudios que existen sobre el uso de las redes sociales asociado a los servicios sociales se centran en el uso de las redes como herramienta para la práctica profesional o como herramienta de estudio de un subconjunto poblacional que usa dichas redes. El presente trabajo se aleja completamente de estos estudios y se centra en el estudio del discurso que se da en esta nueva esfera pública digital, sobre unos tópicos determinados entorno a los servicios sociales como organismo público referente en la aplicación y ejecución de políticas sociales y en un entorno de participación social en Internet.

Los trabajos sobre participación social en Twitter en España se han centrado mayoritariamente en el uso de esta red social por partidos y candidatos, y siempre sobre aspectos generalistas de su discurso. Este artículo aporta una perspectiva nueva, ya que no solo toma como referencia las campañas electorales, sino también los periodos entre las mismas y en un espacio temporal más amplio y se centra en analizar el discurso de los tópicos de servicios sociales comunitarios o básicos y especializados.

El objetivo de este estudio es conocer las percepciones sobre los servicios sociales de los diferentes agentes que participan en Twitter y analizar cualitativamente los discursos, 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 poner de relieve la realidad de los servicios sociales en sentido amplio en el ámbito nacional.

## 2. Método

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 tuits a través de la herramienta de búsqueda avanzada de Twitter, desglosando el término “servicios sociales” en las siguientes palabras clave: servicios sociales comunitarios; equipos de acción social básica; equipos multidisciplinares específicos; servicios sociales de atención especializada; servicios sociales de atención social básica; servicios de atención social primaria; servicios sociales de base; servicios sociales especia-

<sup>5</sup> A la fecha de publicación/aceptación de este artículo.

lizados; servicios sociales generales; servicios sociales de atención primaria y servicios sociales básicos. Este desglose se ha llevado a cabo con el criterio de revisión de todas las leyes de servicios sociales de segunda generación de las distintas comunidades autónomas de España.

El espacio temporal elegido comprende desde el año 2015 al 2018, durante estos años, el panorama político en España a nivel nacional se ha visto envuelto en diferentes acontecimientos, que han marcado una desestabilización del sistema bipartidista tradicional en pro de un sistema multipartidista (Sánchez, 2017), lo que ha provocado repeticiones electorales por no existir mayorías claras. En este trabajo no solo se ha tenido en cuenta los mensajes realizados en las redes sociales durante los periodos de precampaña y campaña electoral, sino también entre las campañas electorales, aunque no cabe duda que en los periodos de campaña es donde más actividad existe.

La segunda fase viene definida por el análisis cualitativo de la base de datos de tuits extraída de la fase anterior. El método de análisis cualitativo que se ha seguido bebe de las raíces de 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 tuits, a partir del MCC (Método Comparativo Constante) abordado a través de un software CAQDAS (Computer-Assisted/Aided Qualitative Data Analysis Software) (Lee y Fielding, 1991; Lonkila, 1995) 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. Se ha seguido en este estudio el proceso analítico cualitativo participado de un software CAQDA de Muñoz-Justicia (2005): recogida de datos y almacenamiento (preparación de datos); codificación (análisis inicial); refinamiento de la indexación mediante la escritura de anotaciones y las relaciones entre códigos (análisis principal); conceptos clave, anotaciones, definiciones, relaciones y modelos (resultados).

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 4.326 tuits recogidos. El estudio de la muestra ha permitido obtener una radiografía del discurso en Twitter durante estos cuatro años. Dicho discurso tanto de políticos/as, partidos políticos, ciudadanos/as, organizaciones versan sobre difusión de información en distintos aspectos, denuncias y valoraciones

positivas siempre desde la perspectiva de mejorar los servicios sociales desde su sentido más amplio.

### 3. Resultados

El análisis de los datos de acuerdo al proceso metodológico descrito arroja un total de 90 códigos o unidades mínimas de información distribuidos en diferentes grupos o familias. En primer lugar, se han identificado un total de 21 tipologías de diferentes fuentes de información (particular, prensa, partido político, ayuntamiento, plataforma comercial y de información, organización sindical, organización social, diputación provincial, colegio profesional, cadena de radio, académica, otros, plataforma ciudadana, servicio de orientación profesional, agencia pública, gobierno regional, mancomunidad, boletín oficial, cadena de TV, fundación privada, gobierno nacional) clasificadas según su enraizamiento, es decir, el número de tuits en el que aparece, y según su densidad, esto es, el número de relaciones directas que guarda con otros códigos.

Las fuentes principales que publican tuits relacionados con los servicios sociales son: fuentes particulares y prensa, seguidos a distancia por partidos políticos, ayuntamientos y plataformas comerciales o de información. Sorprende la escasa profusión de comunicaciones a través de redes sociales por parte de las entidades gubernamentales, perdiendo enraizamiento en la medida que aumenta el ámbito territorial de influencia.

Especial relevancia tiene el análisis de los tuits de acuerdo al fin que persiguen las distintas fuentes identificadas. Así se han agrupado los tuits siguiendo cuatro objetivos prioritarios, realizar divulgación de actividades, servicios o novedades de los servicios sociales, hacer públicas demandas o denuncias sobre el funcionamiento o financiación de los servicios sociales, y poner de manifiesto valoraciones positivas acerca de la gestión e intervención de los servicios sociales dando como resultado un total de 443 códigos emergidos del análisis.

El objetivo principal de los tuits publicados con relación a los servicios sociales está centrado en la propagación de servicios y dotaciones, no obstante, también se intercalan en las primeras posiciones denuncias de las deficiencias encontradas en los servicios sociales.

Siguiendo con los resultados del análisis, se detallan aquellos extraídos del proceso de codificación abierta, que definen las principales temáticas o dimensiones abordadas por los tuits publicados. Los resultados se han dividido en tuits de denuncias, tuits de difusión y tuits de valoraciones positivas. El primer análisis es descriptivo con base en las citas de los tuits recopilados y el segundo es un análisis de las redes semánticas de los códigos de los tuits analizados.

### 3.1. Tuits de difusión

En la investigación realizada los mensajes de difusión forman un núcleo muy importante del total de tuits analizados (véase tabla 1). Los principales objetivos de las difusiones de los servicios sociales están relacionados con: 1. Difusión Actividad; 2. Difusión Atención; 3. Difusión aumento financiación; 4. Difusión ayudas económicas; 5. Difusión de ayudas alimentarias; 6. Difusión de coordinación y planificación; 7. Difusión de Políticas; 8. Difusión de Prestaciones/Mejoras; 9. Difusión Programas/Proyectos/

Jornadas/Cursos/Convenios; 10. Difusión Nueva Ley/Plan; 11. Difusión Servicio: empleo; 12. Difusión Servicio: migraciones; 13. Difusión Servicio: subvenciones; 14. Difusión Servicio: vivienda e hipoteca; 15. Difusión Servicios: familias; 16. Difusión Servicios: formación y 17. Difusión de Asociacionismo/Voluntariado.

El número de tuits que se destacan en cada categoría coinciden en enraizamiento (E) y densidad (D), véase tabla 1.

Tabla 1. Códigos y citas de tuits de difusión

Códigos	E	D	Tuits
1. Difusión Actividad SS.SS.	23	11	<p>1. Ayto Puente Genil @AytoPuenteGenil (21 dic.2018).“@SalermPG se suma a #OsNecesitaALosDos campaña de sensibilización hacia l@s menores que sufren ante una separación. Gracias a @RBetisCantera por su participación. Campaña organizada por los servicios sociales comunitarios del Ayuntamiento de #PuenteGenil. Foto de @rperaltafutsal”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2quGJxE">http://bit.ly/2quGJxE</a></p> <p>2. Ayto Vélez-Málaga @AytoVLZ. (17 may. 2018).“Jornada contra la homofobia y la transfobia en los servicios sociales comunitarios Vélez-Málaga. Gracias a todos por participar y por compartir vuestras experiencias e inquietudes”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2JZps6E">http://bit.ly/2JZps6E</a></p>
2. Difusión Atención de SS.SS.	97	12	<p>1. Almería Información @AlmeriaInfo37. (13 ago. 2018). “Los Centros de servicios sociales Comunitarios atienden a 14.800 personas”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/34Hn9Nv">http://bit.ly/34Hn9Nv</a></p> <p>2. Multimedia Jiennense @Mjiennense. (21 may.2018).“#MultimediaJiennense#RadioJódar Nuevo ‘Centro de Servicios sociales Comunitarios’ en Huelma, dará cobertura a más de 18.000 personas. La Zona básica de servicios sociales atiende a los municipios de Huelma, Bélmez de la Moraleda, Cabra de Santo Cristo, ...”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2CkcIDt">http://bit.ly/2CkcIDt</a></p> <p>3. ElFaro @ElFaroMotril. (30 nov. 2018). “Sánchez Rubio valora la proximidad en la atención de los profesionales de los servicios sociales Comunitarios, que facilitan la entrada al sistema público a un millón de personas”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2NoGhKe">http://bit.ly/2NoGhKe</a></p>
3. Difusión aumento financiación SS.SS.	326	20	<p>1. eldigitaldecanarias @digitalcanario. (3 dic. 2018). “Se incrementa en más de 541.000 euros la financiación de los servicios sociales comunitarios”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2qsyWAp">http://bit.ly/2qsyWAp</a></p> <p>2. La Gaceta de Almeria @Lagaceta08. (8 sept. 2018). “La Junta distribuye casi 4,5 millones entre las entidades locales para financiar los servicios sociales comunitarios”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2rpOhlR">http://bit.ly/2rpOhlR</a></p> <p>3. Canal Málaga RTV @CanalMalagaRTV. (2 sept. 2018). “La Junta de Andalucía destina 10,8 millones de euros a la financiación de los servicios sociales comunitarios de los municipios. De esta cantidad, 1.775.000 euros irán dirigidos al mantenimiento y contratación de refuerzos de personal en materia de Dependencia”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2CojOXx">http://bit.ly/2CojOXx</a></p> <p>4. Suso Domínguez @susodomin. (10 ene. 2018). “Además, ha incrementado su presupuesto en servicios sociales un 22% alcanzando el presupuesto más alto de su historia, más de 50 millones en 2018. Además, se han contratado más de 30 profesionales en los dos últimos años para reforzar los servicios sociales comunitarios”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2CkgD3b">http://bit.ly/2CkgD3b</a></p>

4. Difusión ayudas económicas de SS.SS.	89	13	<p>1. Ayudas subvenciones toda España @AyudastodEspana. (13 dic. 2017). “Ayudas económicas de los servicios sociales Comunitarios año 2017. Diputación Provincial de Málaga#ayudas#subvenciones#España#Málaga#Andalucía#servicios sociales”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2CoVUv0">http://bit.ly/2CoVUv0</a></p> <p>2. Salvador Díaz @juncaira. (29 jun. 2018). “Convocatoria para la concesión de ayudas económicas de los servicios sociales Comunitarios de la Diputación Provincial de Málaga 2018, correspondiente a la adecuación de viviendas de personas discapacitadas y mayores de 65 años”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/36JyH4F">http://bit.ly/36JyH4F</a></p>
5. Difusión de ayudas alimentarias de SS.SS.	1	1	<p>1. Cruz Roja Zaragoza @CruzRojaZgz. (3 abr. 2017). “Hemos repartido a Servicios sociales de base, asociaciones y a usuarios de asambleas de @CruzRojaZgz + de 237.000kl #FEAD”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2PWohZn">http://bit.ly/2PWohZn</a></p>
6. Difusión de coordinación y planificación SS.SS.	52	13	<p>1. Almería Noticias @AlmeriaNoti. (6 feb. 2016). “#Noticias#Almería Diputación Provincial coordina y planifica los Servicios sociales Comunitarios de la provin...”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2PVj7wQ">http://bit.ly/2PVj7wQ</a></p> <p>2. Murciasalud @Murciasalud. (15 nov. 2017). “Reunión de la Comisión Técnica Regional de Coordinación Sociosanitaria contra la violencia hacia las mujeres con profesionales de servicios sanitarios y servicios sociales de Atención Primaria, Pediatría, Ginecología, Salud Mental y Urgencias”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2NpIIBR">http://bit.ly/2NpIIBR</a></p>
7. Difusión de Políticas de los SS.SS.	4	3	<p>1. Mediacció @mediaccio_net. (15 jul. 2018). “Políticas públicas de servicios sociales Comunitarios: retos y desafíos”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/32nBUUD">http://bit.ly/32nBUUD</a></p>
8. Difusión de Prestaciones/Mejoras de los SS.SS.	110	26	<p>1. Víctor González @victorgf87. (18 sept. 2017). “#Andalucía cuenta con la red de servicios sociales comunitarios más extensa del país”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/34D9cjA">http://bit.ly/34D9cjA</a></p> <p>2. Ayuntamiento Huelva @AytoHuelva. (25 abr. 2018). “#PlenoHuelva aprueba mejorar los Servicios sociales Comunitarios del Consistorio con diferentes medidas relacionadas con el personal, incrementando proyectos, etc.” Recuperado de <a href="http://bit.ly/2NPINIX">http://bit.ly/2NPINIX</a></p>
9. Difusión Programas/Proyectos/Jornadas/Cursos/Convenios de los SS.SS.	126	22	<p>1. Doble R Huelva @doblerhgr. (20 ene. 2018). “Diputación continuará en febrero el proyecto de integración intercultural en la bda. Eritas de Cortegana Los servicios sociales Comunitarios Sierra Oeste y los de la localidad serrana desarrollan de forma coordinada la actividad, dirigida a la población de etnia gitana”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2pPVPaw">http://bit.ly/2pPVPaw</a></p> <p>2. AGEyR @AGERGRANADA. (23 mar. 2018). “Firma del Convenio entre el Excmo. Ayuntamiento De Alcalá la Real y Asociaciones que colaboran Gracias al Ayuntamiento de Alcalá la Real por dejarnos utilizar un espacio en el Centro de servicios sociales Comunitarios La Tejuela para atender al Colectivo de Emigrantes y Retornad@s”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/33syQav">http://bit.ly/33syQav</a></p>
10. Difusión Nueva Ley/Plan de SS.SS.	32	8	<p>1. Manuel Glez. Marín @ManuelCumbres. (7 feb. 2018). “La Ley de servicios sociales de Andalucía, el cuarto pilar del Estado del Bienestar, nace para blindar las prestaciones básicas, universalizar los servicios sociales y garantizar la gestión pública de los servicios sociales comunitarios. #ConquistandoDerechos@psoe-deandalucia”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2oX76fb">http://bit.ly/2oX76fb</a></p> <p>2. Ayuntamiento Almería @aytoalm. (8 oct. 2018). “El Alcalde @RamonFPM presenta el I Plan Municipal de Servicios sociales Comunitarios como “la herramienta que hará posible que ningún ciudadano se quede atrás” #AlmeríaSaleGanando”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2PYhGom">http://bit.ly/2PYhGom</a></p>
11. Difusión Servicio de SS.SS.: empleo	11	6	<p>1. CSIF Admón. LOCAL An @CSIFAdmonLocAND. (21 sept. 2018). “@CSIF-Malaga Bolsa de Empleo temporal de #TrabajadoresSociales para refuerzo de los Servicios sociales Comunitarios (Ayto. de #Antequera)”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2pFv677">http://bit.ly/2pFv677</a></p>
12. Difusión Servicio de SS.SS.: migraciones	86	6	<p>1. AGEyR @AGERGRANADA. (4 dic. 2018). “Mañana miércoles 5 de diciembre parte del equipo de @AGERGRANADA se desplazarán al Centro de Servicios sociales Comunitarios Huétor Tájar - Alhama - Montefrío para atender al Colectivo de Emigrantes y Retornad@s...”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/33syQav">http://bit.ly/33syQav</a></p>

13. Difusión Servicio de SS.SS.: subvenciones	40	14	1. FEVAFAlzheimer @FEVAFAlzheimer. (12 jul. 2018). “SUBVENCIONES: La Conselleria de Igualdad y Políticas Inclusivas ha concedido 15.000 € a FEVAFAlzheimer, a través de la Convocatoria de Programas de servicios sociales especializados, para nuestro programa “AISA-Asesoramiento e Información sobre Alzheimer” en el año 2018. @GVAinclusio”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2NrlYwB">http://bit.ly/2NrlYwB</a> 2. BOPA @BOPAstur. (1 may. 2018). “#Subvenciones a entidades sin ánimo de lucro para programas en el ámbito de los Servicios sociales especializados para personas con #discapacidad”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2CquhBD">http://bit.ly/2CquhBD</a>
14. Difusión Servicio SS.SS.: vivienda e hipoteca	12	8	1. AytoPueblaD.Fadrique @AytoPueblaDFadr. (26 sept. 2018). “Oficina de intermediación hipotecaria. Podrás acceder a ella a través de los servicios sociales Comunitarios del Ayuntamiento. Si requieres asistencia de un abogado en intermediación hipotecaria, cláusulas suelo o arrendamientos urbanos, no dudes en solicitar sus servicios”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2NroKkz">http://bit.ly/2NroKkz</a>
15. Difusión Servicios SS.SS. Especializados: familias	10	3	1. David Mendoza Moreno @MendozaMorenoD. (22 mar. 2015). “Se garantizará a menores con discapacidad Y A SUS FAMILIAS Servicios Sociales especializados que su discapacidad precise”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2rq4tUb">http://bit.ly/2rq4tUb</a>
16. Difusión Servicios SS.SS. Especializados: formación	4	1	1. iFIS Educación @iFIS_. (19 oct. 2018). “Curso de Desprotección infantil. Intervención desde los servicios sociales especializados”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2JY6TQa">http://bit.ly/2JY6TQa</a>
17. Difusión SS.SS. de Asociacionismo/Voluntariado	6	5	1. Noticias de Almería @ndealmeria. (5 oct. 2017). “El alcalde agradece la labor imprescindible de los 150 voluntarios de servicios sociales comunitarios”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/36JqRYC">http://bit.ly/36JqRYC</a>

E: Enraizamiento; D: Densidad

Fuente: elaboración propia

Se obtuvo un total de 23 tuits de difusión de actividades organizadas por los servicios sociales. Se destacan estos dos tuits que se emiten desde una cuenta de un ayuntamiento. El primero es un tuit de una campaña de sensibilización hacia los menores que sufren separaciones y que esto conlleva una serie de consecuencias hacia los/as niños/as que lo sufren. El segundo tuit trata sobre una jornada contra la homofobia y la transfobia para concienciar a la ciudadanía (véase tabla 1; tuits 1. Difusión Actividad).

Se cuenta con un total de 97 tuits que tratan sobre la difusión en la atención de los/as usuarios/as en los servicios sociales. Se seleccionan tres tuits emitidos desde cuentas de medios de comunicación digitales. Ambos tuits se encuentran relacionados con la divulgación que realizan los servicios sociales comunitarios. En el primer tuit nos indica que se atienden a 14.800 personas en los centros de servicios sociales comunitarios de Almería. El contenido del segundo tuit, trata sobre la inauguración de un nuevo centro de servicios comunitarios en un municipio de Jaén que atenderá a 18.000 personas. El último tuit, es una noticia que en declaraciones de la anterior consejera de igualdad y políticas sociales de la Junta de Andalucía (María José Sánchez Rubio) valora positivamente el acceso de un millón de personas a los servicios sociales en Andalucía (véase tabla 1; tuits 2. Difusión Atención).

En relación con el aumento de financiación en los servicios sociales se recopiló 1.146 tuits. Todos los tuits seleccionados desprenden el aumento de financiación en los servicios sociales comunitarios. El primer tuit es emitido desde un medio de comunicación digital y se refiere al incremento de financiación por

parte del gobierno de Canarias (541.000 euros) en los servicios sociales comunitarios de las Islas Canarias. El segundo tuit también hace referencia al aumento de financiación en los servicios sociales comunitarios de la provincia de Almería (4,5 millones) por parte de la Junta de Andalucía. Este tuit también se emite desde un medio de comunicación digital. El tercer tuit, al igual que los anteriores es emitido desde un medio de comunicación digital y habla del aumento de financiación en los servicios sociales comunitarios de la provincia de Málaga (10,8 millones) por parte de la Junta de Andalucía. En este presupuesto destinado para Málaga se destinarán 1.775.000 euros para el mantenimiento y la nueva contratación de personal en materia de Dependencia. El último tuit, es emitido desde una cuenta particular, el mismo se refiere al mayor aumento de financiación en los servicios sociales comunitarios de Zaragoza por parte del gobierno de Aragón. Aumentando en más de 50 millones y del que se destina parte del mismo a reforzar la contratación de profesionales (véase tabla 1; tuits 3. Difusión aumento financiación).

Se recopiló un total de 89 tuits, que versan sobre la propagación de ayudas económicas que destinan los servicios sociales comunitarios. Los tuits seleccionados versan sobre la divulgación de ayudas que realizan los servicios sociales comunitarios. El primero de los tuits se encuentra emitido desde una cuenta de una plataforma comercial y de información, y en el mismo se especifica de la existencia de ayudas económicas que financia la diputación de Málaga. En el segundo tuit emitido desde una cuenta particular, se habla de los anuncios de ayudas económicas de los servicios sociales comunitarios para la adecuación

de viviendas de personas discapacitadas y mayores de 65 años (véase tabla 1; tuits 4. Difusión ayudas económicas).

Se obtuvo 1 tuit que versa sobre ayudas alimentarias, este tuit es emitido desde una cuenta de una organización social como es la Cruz Roja. En el tuit se especifica las ayudas alimentarias (de 237.000kl) que destina esta organización en Zaragoza (véase tabla 1; tuits 5. Difusión de ayudas alimentarias).

Se han extraído un total de 52 tuits que tratan sobre la coordinación y planificación de los servicios sociales comunitarios entre las distintas administraciones. El primer tuit, versa sobre la coordinación y planificación en los servicios sociales comunitarios de la provincia de Almería. El tuit lo emite un medio de comunicación digital de la misma provincia. Con relación al segundo tuit es emitido desde el gobierno de la Región de Murcia y en el mismo se propaga la coordinación sociosanitaria contra la violencia hacia las mujeres (véase tabla 1; tuits 6. Difusión de coordinación y planificación).

El total de tuits recopilado son 4, relacionados con las políticas destinadas a los servicios sociales. Destacamos un tuit que es emitido desde una cuenta de una organización social y versa en el mismo sobre los retos y desafíos en las políticas destinadas a los servicios sociales (véase tabla 1; tuits 7. Difusión de Políticas).

Se recabó un total de 326 tuits relacionados con la difusión de las prestaciones y mejoras de los servicios sociales. El primer tuit es emitido desde una fuente particular y en el mismo se especifica que la comunidad autónoma de Andalucía cuenta con la red de servicios sociales más extensa de España. Con relación al segundo tuit, es emitido desde la cuenta de un ayuntamiento y el mismo habla de la aprobación en el pleno de una moción para las mejoras de los servicios sociales comunitarios (véase tabla 1; tuits 8. Difusión de Prestaciones/Mejoras).

Se han obtenido 129 tuits que versan sobre la difusión de programas, proyectos y convenios de los servicios sociales. El primer tuit es emitido desde un medio de comunicación digital, en el que se publicita un proyecto de integración intercultural y el segundo tuit es emitido desde una cuenta de una organización sindical en el que se lanza la firma de un convenio por parte de un ayuntamiento y organizaciones sociales para poder atender a los inmigrantes y emigrantes en el centro de servicios sociales comunitarios (véase tabla 1; tuits 9. Difusión Programas/Proyectos/Jornadas/ Cursos/Convenios).

Se extraen un total de 71 tuits relacionados con la información de nuevas leyes y planes de servicios sociales. El primer tuit emitido desde una cuenta particular versa sobre la importancia de la nueva ley de servicios sociales de Andalucía, en la que se dice que es un pilar fundamental del Estado de Bienestar y la universalidad y el blindaje de las prestaciones básicas. El segundo tuit, se transmite desde la cuenta de un ayuntamiento, dicho tuit se refiere a la presen-

tación del I plan municipal de servicios sociales, en este caso de la ciudad de Almería (véase tabla 1; tuits 10. Difusión Nueva Ley/Plan).

Se han recopilado un total de 11 tuits, relacionados con la temática de la creación de empleo en los servicios sociales. El tuit emitido desde una organización sindical, versa sobre la puesta en marcha de una bolsa de empleo temporal para la contratación de Trabajadores Sociales, y así poder reforzar los servicios sociales comunitarios (véase tabla 1; tuits 11. Difusión Servicio: empleo).

Se obtienen 86 tuits de despliegue en la atención a las personas inmigrantes y emigrantes. El tuit emitido desde una organización sindical versa sobre la atención que se realiza a la población migrante e inmigrante en los centros de servicios sociales comunitarios (véase tabla 1; tuits 12. Difusión Servicio: migraciones).

Se extraen un total de 40 tuits, y el contenido de los mismos versa sobre la creación de subvenciones hacia los servicios sociales. El primer tuit, es emitido desde la cuenta de una organización social y el tuit trata sobre la subvención de 15.000 euros obtenida de los servicios sociales especializados por la organización social "FEVAFA" para el programa de asesoramiento e información sobre el Alzheimer que llevan a cabo. El segundo tuit es emitido desde una cuenta institucional en el que se anuncia la convocatoria de subvenciones a entidades sin ánimo de lucro en el ámbito de los servicios sociales especializados para personas con discapacidad (véase tabla 1; tuits 13. Difusión Servicio: subvenciones).

Se ha recabado un total de 12 tuits que versan sobre el servicio de asistencia y atención en asuntos relacionados con la vivienda y la hipoteca y en el que los servicios sociales intervienen. El tuit se emite desde la cuenta de un ayuntamiento y alude a la asistencia que se presta desde los servicios sociales con una oficina de intermediación hipotecaria de la que pueden hacer uso los/as ciudadanos/as que tengan la cláusula suelo de una hipoteca (véase tabla 1; tuits 14. Difusión Servicio: vivienda e hipoteca).

Se ha alcanzado un total de 10 tuits. El tuit que destacamos se emite desde una cuenta particular y trata sobre la publicidad de la atención de las familias de menores con discapacidad desde los servicios sociales especializados (véase tabla 1; tuits 15. Difusión Servicios: familias).

El total de tuits extraídos son 4. Se selecciona un tuit que versa sobre la formación de un curso de desprotección infantil realizado desde los servicios sociales especializados. Este tuit se emitió desde una cuenta de una plataforma comercial y de información (véase tabla 1; tuits 16. Difusión Servicios: formación).

Se obtienen 6 tuits que versan sobre la generación del asociacionismo y el voluntariado. El tuit que se destaca lo emite un medio de comunicación digital, el mismo versa sobre el agradecimiento a la actividad de los/as voluntarios/as que participan en los servicios sociales comunitarios (véase tabla 1; tuits 17. Difusión de Asociacionismo/Voluntariado).

### 3.2. Tuits de denuncias

Como se ha visto en el apartado anterior, la red social Twitter es utilizada por las distintas fuentes para poner de manifiesto disconformidad o denuncias de políticas o servicios públicos. En el estudio realizado las denuncias comportan una parte importante del total de tuits analizados (véase tabla 2). Los principales objetivos de las denuncias están relacionados con: 1.

Las competencias de los servicios sociales; 2. Las deficiencias en los servicios sociales; 3. La destrucción de empleo; 4. La falta de vigilancia; 5. La falta de financiación y 6. Las denuncias en general hacia los servicios sociales.

El número de tuits que se destacan en cada categoría coinciden en enraizamiento (E) y densidad (D), véase tabla 2.

Tabla 2. Códigos y citas de tuits de denuncias

Códigos	E	D	Tuits
1. Denuncias: competencias de SS.SS.	6	7	1. Antonio Funes @FunesGallardo. (18 dic. 2018). “Pregunto quién tiene competencias en los servicios sociales Comunitarios de Almería”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/34HBTvA">http://bit.ly/34HBTvA</a> 2. Sísepuede Santa Cruz @SiSePuedeSCTF. (9 feb. 2017). “Servicios sociales Comunitarios son competencia de @santacruz_ayto, deben tener la mayor importancia. La situación es muy mala”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2rnguK0">http://bit.ly/2rnguK0</a>
2. Denuncias: deficiencias en los SS.SS.	176	35	1. Onda Joven Sevilla @onda_sevilla. (29 ago. 2017). “Participa alerta de la falta de personal que sufrirán los servicios sociales comunitarios a partir de septiembre”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2NNBMrP">http://bit.ly/2NNBMrP</a> 2. Sano y salvo @sanoysalvoblog. (6 nov. 2016). “Visitas innecesarias a urgencias relacionadas con determinantes sociales d salud. Cuando servicios sociales/comunitarios no son accesibles”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2pSyRWF">http://bit.ly/2pSyRWF</a> 3. EQUO Vitoria-Gasteiz @EQUO_VG. (10 abr. 2017). “Arrancamos la semana preguntando por los retrasos en los servicios sociales de Base. En Iparralde hasta de dos meses @oskar_fm”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/32kwfy8">http://bit.ly/32kwfy8</a>
3. Denuncias: destrucción de empleo	1	1	1. Angeles Alvarez Cuenta verificada @AAlvarezAlvarez. (19 abr. 2015). “Destrucción empleo en servicios sociales generales se verá incrementada si culmina la Reforma de la Administración Local #hayQueEcharAIPP”. Recuperado de: <a href="http://bit.ly/2K2Ac4i">http://bit.ly/2K2Ac4i</a>
4. Denuncias: falta de vigilancia	6	3	1. Antonio Funes @FunesGallardo. (13 sept. 2018). “Señora presidenta puede comprobar año 2015 made escritos gobierno de junta consejería justicia, hay que vigilar los servicios sociales comunitarios”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/34HBTvA">http://bit.ly/34HBTvA</a> 2. Antonio Funes @FunesGallardo. (15 jun. 2018). “...hay que vigilar más servicios sociales Comunitarios, donde hay que dirigirse para denunciar o informar?”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/34HBTvA">http://bit.ly/34HBTvA</a>
5. Denuncias: falta financiación a los SS.SS.	36	10	1. Navarra Información @Navarrainforma. (17 nov. 2018). “El PSN denuncia que los presupuestos de Navarra bajan en servicios sociales de base”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2rgcdb4">http://bit.ly/2rgcdb4</a> 2. Montilla Digital @montilladigital. (2 may. 2018). “IU reclama a la Junta de Andalucía una mejora de la financiación para los servicios sociales comunitarios”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2PTkDzz">http://bit.ly/2PTkDzz</a>
6. Denuncias: general	91	18	1. Pamplona Actual @Pamplonaactual Fecha: (26 dic. 2018). “El PSN denuncia que el Gobierno de Barkos no actualiza los convenios con los servicios sociales de base”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2PTm vbz">http://bit.ly/2PTm vbz</a> 2. PSOE de Jerez @psoejerez. (23 dic. 2015). “Pleno pide derogación Ley de Reforma Local que no garantiza servicios sociales Comunitarios. @PopularesJerez vota NO”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/36M4Gkz">http://bit.ly/36M4Gkz</a> 3. DPA @padavidlo. (15 jun. 2017). “Pues como no reforcéis los Servicios sociales Comunitarios a ver cómo se hace para gestionar eso”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/33DVSeW">http://bit.ly/33DVSeW</a>

E: Enraizamiento; D: Densidad  
Fuente: elaboración propia

En los resultados de los tuits extraídos se observa que las denuncias tratan asuntos sobre la falta de competencias que tienen las comunidades autónomas en los servicios sociales, ya que muchas de las comunidades carecen de una ley de servicios sociales y otras tienen la ley desfasada. El total de tuits relacionados sobre las competencias de los servicios sociales es de 6. Los tuits versan sobre denuncias para la mejora de los servicios y que actúen en dicha mejora las administraciones que tengan competencias en los servicios sociales comunitarios. Dichas denuncias se encuentran emitidas desde una cuenta particular cómo podemos ver en el primer tuit y el segundo tuit se emite desde la cuenta de un partido político (véase tabla 2; tuits 1. Denuncias: competencias).

Siguiendo con los tuits de denuncias en deficiencias en los servicios sociales contamos con un total de 1.849 tuits. Se destacan tres tuits, el primero relacionado con la falta de personal y emitido por un medio de comunicación digital y el segundo tuit que versa sobre las deficiencias en el acceso a los servicios sociales comunitarios emitido por una plataforma ciudadana. El tercer tuit es emitido desde una cuenta de un partido político denunciando las deficiencias en los servicios sociales de base respecto a los retrasos en la atención de los/as ciudadanos/as (véase tabla 2; tuits 2. Denuncias: deficiencias).

En relación con los tuits de denuncias de destrucción de empleo, se contabiliza 1 tuit emitido desde una cuenta particular. En el mismo se destaca la denuncia hacia la destrucción de empleo en los servicios sociales (despido de profesionales) y esto repercute con la denuncia anteriormente comentada sobre las deficiencias en los servicios sociales (véase tabla 2; tuits 3. Denuncias: destrucción de empleo).

Los tuits de denuncias por falta de vigilancia hacia los servicios sociales cuentan con 6 tuits. Los tuits se emiten desde cuentas particulares, dichos tuits denuncian que no existe vigilancia hacia los servicios sociales comunitarios y se deja entrever

que al no ver vigilancia hacia los mismos habrá una degradación de la gestión de los servicios sociales comunitarios (véase tabla 2; tuits 4. Denuncias: falta de vigilancia).

Se cuenta con 36 tuits relacionados con la falta de financiación hacia los servicios sociales. Los tuits seleccionados se emiten desde cuentas de medios de comunicación digitales, cuyo contenido trata sobre la denuncia en la falta de financiación de los servicios sociales en los presupuestos de algunas comunidades autónomas (Andalucía y Navarra) como se refleja en los tuits seleccionados (véase tabla 2; tuits 5. Denuncias: falta financiación).

Por último, se ha obtenido un total de 91 tuits, dentro del código de denuncias en general porque no se pueden recoger en ninguno de los códigos anteriormente analizados. Los tuits destacados son tres tuits: el primero versa sobre la actualización de convenios en los servicios sociales de base, este mensaje se emitió desde un medio de comunicación digital. El segundo tuit versa sobre la denuncia hacia la derogación de leyes, dicho mensaje es emitido desde una cuenta de un partido político (PP). El último tuit se refiere a reforzar los servicios sociales comunitarios para mejorar la gestión de los mismos y se emitió desde una cuenta particular (véase tabla 2; tuits 6. Denuncias: general).

### 3.3. Tuits de valoraciones positivas

En el análisis realizado con las valoraciones positivas, podemos observar en la tabla 3 que los principales objetivos de las valoraciones positivas hacia los servicios sociales están relacionados con: 1. Valoración positiva Ley: competencias; 2. Valoración positiva: calidad; 3. Valoración positiva: importancia y 4. Valoración positiva: cercanía atención.

El número de tuits que se destacan en cada categoría coinciden en enraizamiento (E) y densidad (D), véase tabla 3.

Tabla 3. Códigos y citas de tuits de valoraciones positivas

Códigos	E	D	Tuits
1. Valoración positiva Ley SS.SS.: competencias	11	5	1. Cs Andalucía Cuenta verificada @Cs_Andalucia. (14 dic. 2016).“@paxtoine Con esta ley se devuelve a las entidades locales la organiz. y la gestión de los servicios sociales comunitarios y sus centros”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/34GX5lz">http://bit.ly/34GX5lz</a>
2. Valoración positiva SS.SS.: calidad	23	6	1. Ana I. Gonzalez @anaigt76. (15 jun. 2018). “La Junta valora la importancia de la red de servicios sociales Comunitarios de Andalucía”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/33t0g02">http://bit.ly/33t0g02</a> 2. Montilla Digital @montilladigital. (14 jun. 2018).“La Junta concede a Montilla la primera acreditación en calidad en servicios sociales comunitarios de Andalucía”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2PTkDzz">http://bit.ly/2PTkDzz</a>
3. Valoración positiva SS.SS.: importancia	30	8	1. Fco. Javier Conejo @PaConejo. (7 sept. 2017). “Un millón de personas se benefician de los Servicios sociales Comunitarios de #Andalucía”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2CmMwYH">http://bit.ly/2CmMwYH</a> 2. Junta de Extremadura Cuenta verificada @Junta_Ex. (23 oct. 2015). “@chromangordo: Los ayuntamientos y los Servicios sociales de base van a jugar un papel importante”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/32oqbod">http://bit.ly/32oqbod</a>

4. Valoración positiva: cercanía atención de los SS.SS.	56	12	<p>1. PSOE local de Jaén @PSOEdeJAEN. (5 may. 2015). “El PSOE y ajar apuestan por acercar los servicios sociales Comunitarios”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/33svl3Z">http://bit.ly/33svl3Z</a></p> <p>2. COPCV @COPCV. (14 dic. 2016). “La atención centrada en la persona en los servicios sociales especializados”. Recuperado de <a href="http://bit.ly/2qvxYmY">http://bit.ly/2qvxYmY</a></p>
---	----	----	--

E: Enraizamiento; D: Densidad

Fuente: elaboración propia

Se extraen un total de 11 tuits relacionados con la valoración positiva de las competencias de la ley de servicios sociales. Se destaca el tuit emitido desde una cuenta de un partido político (C's) y el mismo versa sobre las valoraciones positivas de las competencias conseguidas con la ley de servicios sociales de Andalucía (véase tabla 3; tuits 1. Valoración positiva Ley: competencias).

Se obtiene un total de 23 tuits que versan sobre la calidad de los servicios prestados por los servicios sociales. En el primer tuit emitido desde una cuenta particular se puede observar la valoración positiva de la calidad de la red de los servicios sociales comunitarios de Andalucía. El segundo tuit es emitido desde un medio de comunicación digital y versa sobre la calidad de los servicios sociales comunitarios de la localidad de Montilla en el que la Junta de Andalucía premia a los mismos con una acreditación de calidad (véase tabla 3; tuits 2. Valoración positiva: calidad).

Se alcanza un total de 30 tuits, en el que los mismos versan sobre la importancia de los servicios sociales. En el primer tuit se destaca la importancia del acceso y beneficio de un millón de personas a los servicios sociales comunitarios de la Junta de Andalucía. Este tuit se emitió desde una cuenta particular. En el segundo tuit se observa el papel que van a jugar los servicios sociales de base y los ayuntamientos en la comunidad autónoma de Extremadura. Este tuit se emitió desde la cuenta del gobierno de la Junta de Extremadura (véase tabla 3; tuits 3. Valoración positiva: importancia).

Se recopilan un total de 56 tuits que hablan sobre la valoración positiva por parte de los/as ciudadanos/as en la cercanía en la atención de los servicios sociales. En el primer tuit emitido desde la cuenta de un partido político (PSOE) se observa que el mismo versa sobre la puesta en marcha del acercamiento de los servicios sociales comunitarios. Este acercamiento es muy positivo por parte de toda la ciudadanía que tiene acceso a los servicios de los mismos. El segundo tuit es emitido desde la cuenta de un colegio profesional (Colegio Oficial de Psicología de la Comunidad Valenciana), dicho tuit trata sobre el centrar toda la atención en la cercanía de los servicios sociales especializados, ya que es valorado muy positivamente por los/as usuarios/as que acceden a los mismos (véase tabla 3; tuits 4. Valoración positiva: cercanía atención).

### 3.4. Análisis de redes semánticas

La importancia del análisis con un software CAQDA reside en que además de poder extraer un resultado descriptivo y seccionado por códigos según su relevancia semántica, es la interpretación de los datos de acuerdo con sus relaciones directas e indirectas con otros nodos con los que comparte significado, resultando, por tanto, un análisis de la complejidad semántica del objeto de estudio que se representa a partir de redes semánticas como resultado del análisis coaxial realizado.

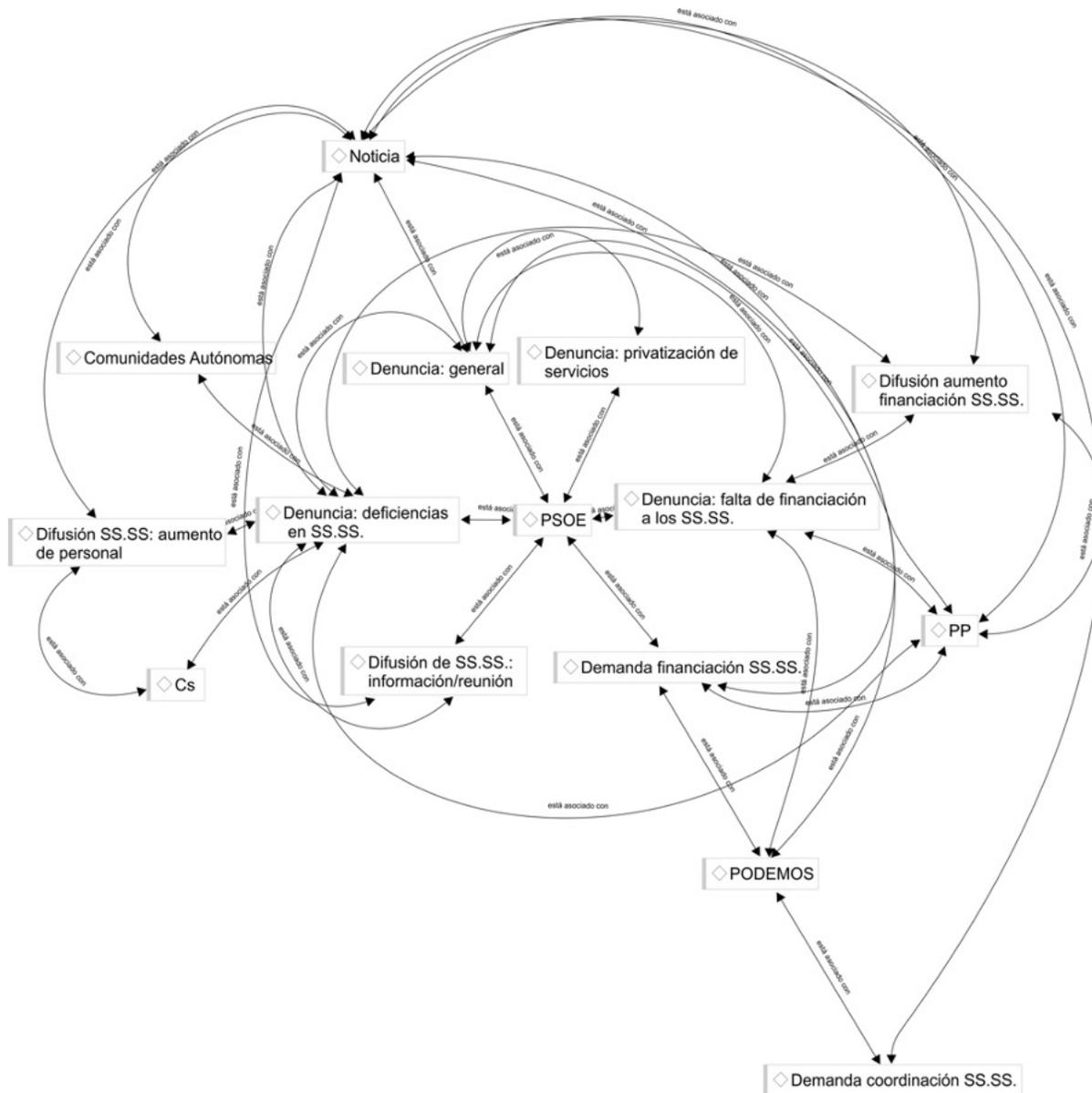
Así, dentro de los objetivos del estudio, resulta interesante el objeto de la utilización de Twitter por parte de los partidos político. En el gráfico 1 se muestra la red semántica donde se ha extraído las relaciones entre los códigos de los cuatro partidos políticos principales en el ámbito nacional y se estudia las relaciones de acuerdo con el objetivo de sus publicaciones en Twitter.

El gráfico muestra un diseño de red de tipo radial. Este tipo de diseño posiciona los códigos en círculos concéntricos, a través de la reducción del mismo a una estructura de árbol cuyos nodos están en el centro de los círculos. Cada nodo “hijo”, en el árbol, se posiciona en el anillo exterior del sector circular ocupado por el nodo “padre”. Así se puede observar que el código “PSOE” se sitúa como nodo “padre” de la red, siendo su participación en Twitter más profusa y completa iniciando diferentes líneas de publicación, incluyendo denuncias, demandas y difusión de servicios de los servicios sociales.

Sin embargo, el resto de partidos políticos se sitúan en círculos externos o dependientes del árbol principal, dado que el objetivo perseguido en sus publicaciones en Twitter solo abarca una parte de la totalidad de temáticas identificadas, es el caso de Podemos, que centra sus intervenciones en la red social para la denuncia de la falta de financiación de los servicios sociales y la puesta en común de la necesidad de coordinación de los servicios sociales.

Por su parte, el Partido Popular centra sus intervenciones la financiación de los servicios sociales, mientras que Ciudadanos centra su discurso en la estructura de servicios sociales poniendo el foco en las dotaciones de servicios y personal.

Gráfico 1. Red radial de partidos políticos según tipología de publicaciones



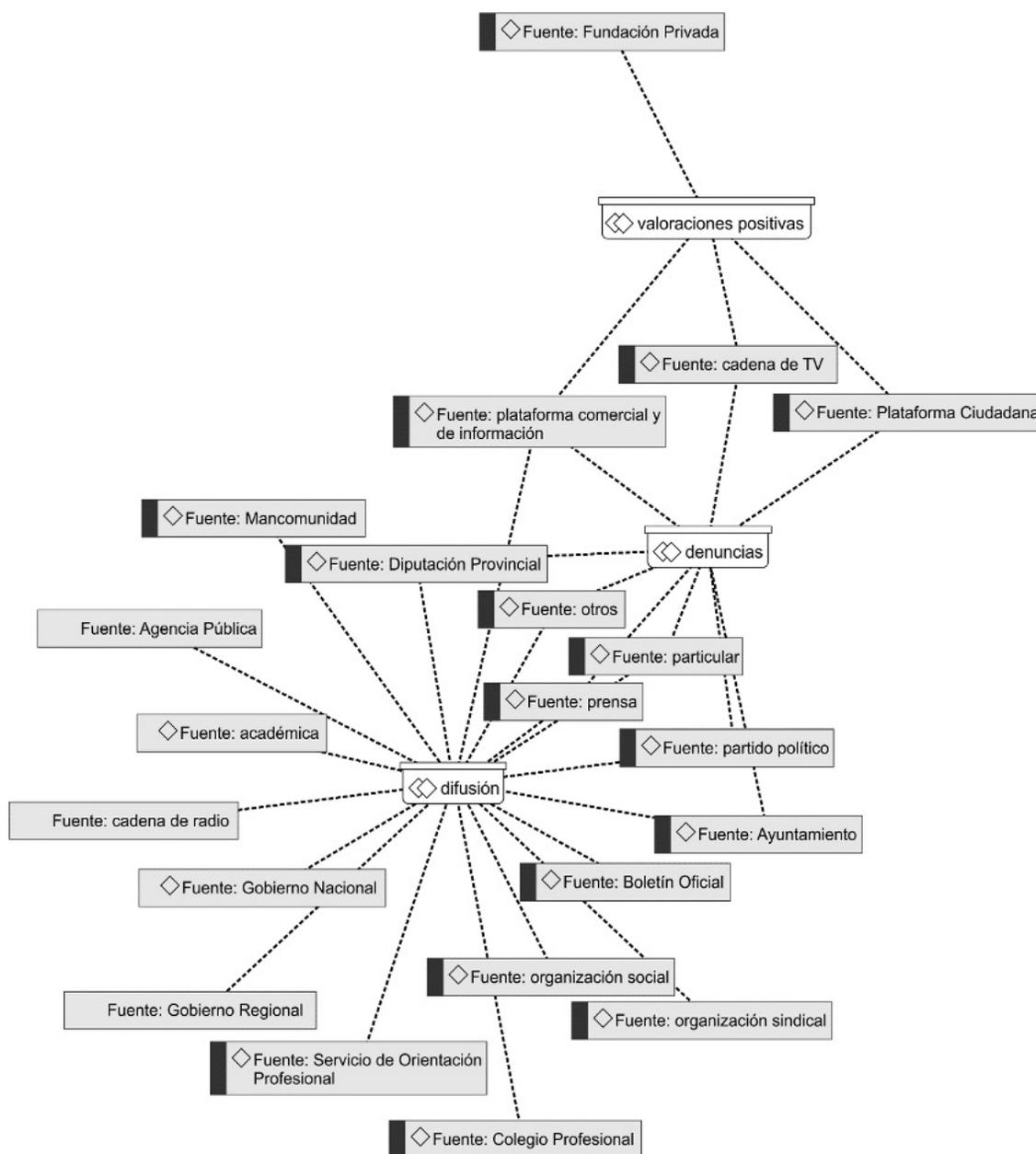
Fuente: elaboración propia

Otro de los elementos de análisis relacionales que reviste importancia para la consecución de los objetivos propuestos en la finalidad de las publicaciones según las tipologías de fuentes, así el gráfico 2 muestra la red semántica de las fuentes identificadas según la utilidad de los tuits publicados. El diseño de la red responde a un diseño orgánico. Este diseño está basado en el paradigma de diseño de fuerza dirigida, Al calcular este diseño, el software Atlas.ti 8, considera los nodos como objetos con fuerzas mutuamente repulsivas, de manera que las conexiones entre los nodos son consideradas como si fueran resortes conectados a pares de nodos. Estos resortes producen fuerzas de atracción o

repulsión entre sus puntos externos, el algoritmo del estilo orgánico reposiciona los nodos de manera que se minimizan la suma de las fuerzas emitidas por los nodos y sus extremos, esto permite revelar una estructura de racimos o agrupaciones con una distribución balanceada entre esa dualidad atracción-repulsión, reduciendo los puntos de intersección.

Al objeto de poder visualizar correctamente estas relaciones, se han creado grupos de códigos, donde se han agrupado los códigos en denuncias, difusión y valoraciones positivas, reduciéndose así el número de códigos, relaciones y, por tanto, favoreciendo la visualización del mapa conceptual.

Gráfico 2. Red Orgánica de fuentes según tipología agregada de publicaciones



Fuente: elaboración propia

Como se puede observar en el gráfico las entidades gubernamentales utilizan principalmente Twitter como medio de propagación y visibilización de las políticas y acciones que emprende. Mientras que las fuentes particulares y de medios de comunicación se sitúan, prioritariamente, entre el grupo “denuncias” y “difusión”. La utilización de Twitter para la realización de valoraciones positivas de los servicios sociales es realizada por plataformas ciudadanas, comerciales y de información, cadenas de televisión y entidades de titularidad privada.

#### 4. Conclusiones

De la muestra analizada puede extraerse que en el análisis descriptivo de los tuits existe un predominio

de mensajes de difusión. Se obtiene un panorama de usuarios/as mayoritariamente de cuentas de políticos/as y partidos políticos en el que predomina un discurso positivo por el aumento en la atención de la ciudadanía en los centros de servicios sociales de las regiones autonómicas. También predomina en las mismas cuentas de Twitter mensajes de difusión, de prestaciones y mejoras llevadas a cabo por los gobiernos (nacional, autonómico y local). Asimismo, la existencia de ayudas económicas por parte de los ayuntamientos (alimentos, facturas de la luz o del agua, etc.) en municipios a través de las subvenciones recibidas. Por otra parte, se destacan tuits de organizaciones sociales, ayuntamientos, medios de comunicación, etc. que versan sobre la transmisión de la formación a través de talleres, cursos, congresos, jornadas que organizan los servicios sociales para el

público en general. Incluso existen tuits que publican convocatorias de bolsas de empleo para la contratación de profesionales en los centros de servicios sociales municipales.

Respecto a los tuits analizados de denuncias por parte de cuentas de usuarios/as particulares y organizaciones sociales con mensajes dirigidos mayoritariamente a las instituciones públicas (gobierno central, autonómico, ayuntamientos y diputaciones provinciales) tienen un discurso relacionado con la falta de competencias en servicios sociales en los municipios. También se observa en el discurso de los tuits que hay denuncias, en una mayor parte, de usuarios/as particulares y organizaciones sociales denunciando deficiencias en la gestión y atención en los servicios sociales en general, debido a la escasez de recursos económicos y humanos. Estas denuncias se encuentran generalizadas tanto en los servicios sociales que dependen del gobierno central como del regional y desde el ámbito local. Otras denuncias destacadas son las relacionadas con la destrucción de empleo, ya que debido a los recortes que se sufrieron con la crisis económica de 2008 se despidieron a muchos profesionales que trabajaban en los servicios sociales sin que se haya cubierto en estos años la tasa de reposición de los puestos de trabajo. De los tuits de denuncias analizados, se resaltan las denuncias referidas a la falta de financiación de los servicios sociales por parte de los gobiernos, ya que se carece de un presupuesto adecuado a los servicios que se prestan.

En lo que se refiere al discurso de los tuits, y basándose en las valoraciones positivas hacia los servicios sociales, se emiten los mensajes desde cuentas en su mayoría de políticos/as, partidos políticos y usuarios/as particulares focalizando el contenido

con valoraciones buenas y efectivas hacia las leyes de servicios sociales que amparan a la ciudadanía a la accesibilidad de las prestaciones sociales. En dicho discurso se evalúa positivamente por parte de ciudadanos/as, políticos/as y partidos políticos la calidad, la importancia y la cercanía en la atención de los servicios sociales en general.

En cuanto al análisis de las redes semánticas, de la relación entre los tuits publicados y los partidos políticos más representativos a nivel nacional se desprende que la utilización de la red social Twitter tiene enfoques diferentes según cada fuerza política siendo el PSOE el partido que destaca por un uso de Twitter más integral en comparación con otros partidos de implantación nacional, publicando un repertorio diversificado de temáticas dirigidos a diferentes fines. Finalmente, en función del emisor, se evidencia la fuente particular como la más profusa de todas, seguidas de prensa y partidos políticos, sin embargo, la participación en Twitter por parte de las entidades gubernamentales es discreta, más aún cuando se amplía el territorio competencial. A su vez, teniendo en cuenta el fin que persiguen los tuits según la tipología de emisor se observa cómo las organizaciones públicas hacen una utilización destinada a la difusión de manera principal. Las principales fuentes, como son fuentes particulares, prensa y partidos políticos hacen un uso mixto, publicando tuits dirigidos a la divulgación y también dirigidos a denuncias o demandas. Las menos representativas son las valoraciones positivas en Twitter que son principalmente efectuadas por cadenas de televisión, aunque a través de estas también se publican denuncias y demandas, plataformas ciudadanas y comerciales y fundaciones privadas.

## 5. Referencias bibliográficas

- Abejón-Mendoza, P., Sastre-Asensio, A., & Linares-Rodríguez, V. (2012). Facebook y Twitter en campañas electorales en España. *Anuario electrónico de estudios en comunicación social "Disertaciones"*, 5(1), 129-159. <https://bit.ly/2Fci9ca>
- Alonso-Muñoz, L. & Casero-Ripollés, A. (2018). Political agenda on Twitter during the 2016 Spanish elections: issues, strategies, and users' responses. *Communication & Society*, 31(3), 7-23. <https://doi.org/10.15581/003.31.3>.
- Aruguete, N., Calvo, E. & Ventura, T. (2019). Polarization, News Sharing, and Gatekeeping: A study of the #Bolsonaro Election. *iLCSS*, 21(3), 1-13.
- Bekafigo, M.A., & McBride, A. (2013). Who tweets about politics? Political participation of Twitter users during the 2011 gubernatorial elections. *Social Science Computer Review*, 31(5), 625-643. <https://doi.org/10.1177/0894439313490405>
- Benítez, V. A., Ochoa, S., & López, M. T. (2018). Models to assess communication 2.0 on websites and organizational social media. *2018 13th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)*, 1-6.
- Bimber, B. (2014). Digital Media in the Obama Campaigns of 2008 and 2012: Adaptation to the Personalized Political Communication Environment. *Journal of Information Technology & Politics*, 11(2), 130-50. <https://doi.org/10.1080/19331681.2014.895691>
- Bohaty, F. H. (2009). Insights: Changing policy: Onlinesocial-networking sites have influence on the politicalprocess. *Chemical and engineering news*, 87(16).
- Campos-Domínguez, E. (2017). Twitter y la comunicación política. *El profesional de la información*, 26(5), 785-793. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.01>
- 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.
- Cotarello, R. (2010). *La política en la era de internet*. Tirant lo Blanch.

- Chen, G.M. (2011). Tweet this: A uses and gratifications perspective on how active Twitter use gratifies a need to connect with others. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 755-762.
- De-Marco, S., & Robles, J. M. (2012). Uso de los blogs políticos: análisis de algunos factores determinantes. *Arbor*, 188(756), 689-705. <https://doi.org/10.3989/arbor.2012.756n4005>
- Del-Fresno-García, M. (2015). Conectar a los desconectados: Trabajo Social y análisis de redes sociales. Una aproximación metodológica para identificar líderes informales en red. *Arbor*, 191(771), 209.
- Enli, G. (2017). Twitter as arena for the authentic outsider: exploring the social media campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US presidential election. *European journal of communication*, 32(1), 50-61. <https://doi.org/10.1177/0267323116682802>
- Espinar-Ruiz, E., & González-Río, M. J. (2015). Uso de Internet y prácticas políticas de los jóvenes españoles. *Convergencia*, 22(69), 13-38.
- Fedi, A. (2001). Activismo político y representación del yo. *Psicología Política*, 22, 53-76.
- Feenstra, R. A., Tormey, S., Casero-Ripolles, A., & Keane, J. (2017). Two-way Street mediatisation of politics or overturn? The social media communication models of 15M and Podemos. En R. A. Feenstra, S. Tormey, A. Casero-Ripolles y J. Keane. (Eds.), *Refiguring Democracy: The Spanish Political Laboratory* (pp. 64-91). Routledge.
- García-Suárez, J., Trigueros, C., & Rivera, E. (2015). Twitter como recurso para evaluar el proceso de enseñanza universitaria. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 12(3), 32-45. <https://doi.org/10.7238/rusc.v12i3.2092>
- Gibson, R., & Cantijoch, M. (2013). Conceptualizing and Measuring Participation in the Age of the Internet: Is Online Political Engagement Really Different to Offline? *The Journal of Politics*, 75(3), 701-716. <https://doi.org/10.1017/s0022381613000431>
- Gil-de-Zúñiga, H., & Valenzuela, S. (2011). The mediating path to a stronger citizenship: online and offline networks, weak ties, and civic engagement. *Communication Research*, 38(3), 397-421. <https://doi.org/10.1177/0093650210384984>
- Gil-de-Zúñiga, H., Jung, N., & Valenzuela, S. (2012). Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 319-336. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x>
- Gil-de-Zúñiga, H., Bachmann, I., Hsu, S. H., & Brundidge, J. (2013). Expressive versus consumptive blog use: implications for interpersonal discussion and political participation. *International Journal of Communication*, (7), 1538-1559.
- Glaser, B., & Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Aldine.
- Granovetter, M.S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, (78), 1360-1380. <https://doi.org/10.1086/225469>
- Habermas, J. (2004). *1968: Historia y crítica de la opinión pública*. Gustavo Gili.
- Hahn, K.S., Ryu, S., & Park, S. (2015). Fragmentation in the Twitter following of news outlets. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 92(1), 56-76.
- Harter, S. (1999). *The construction of the self: A developmental perspective*. Guilford Press.
- Hernández, M.E. (2011). El compromiso cívico y político de los jóvenes y el rol de las nuevas tecnologías en educación: modelos de e-democracia. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 25(71), 101-124.
- Kobayashi, T., Ikeda, K., & Miyata, K. (2006). Social capital online: Collective use of the Internet and reciprocity as lubricants of democracy. *Information, Communication & Society*, (9), 582-611.
- Kunst, J. R., Bailey, A., Prendergast, C., & Gundersen, A. (2019). Sexism, rape myths and feminist identification explain gender differences in attitudes toward the #metoo social media campaign in two countries. *Media Psychology*, 22(5), 818-843. <https://doi.org/10.1080/15213269.2018.1532300>
- Lee, R.M., & Fielding, N.G. (1991). Computing for qualitative research: options, problems and potential (1991) In N.G. Fielding y R.M. Lee. (Eds.), *Using Computers in Qualitative Research* (pp. 1-14). Sage Publications.
- Lonkila, M. (1995). Grounded Theory as an Emerging Paradigm for Computer-Assisted Qualitative Data Analysis. En U. Kelle (Ed.), *Computer Aided Qualitative Data Analysis* (pp. 41 - 50). Sage Publications.
- López-Meri, A. (2017). Contribución ciudadana al debate electoral y su cobertura periodística en Twitter. *Revista Prisma Social*, (18), 1-33. <https://bit.ly/2Jmx0zY>
- McKenna, K.Y.A., & Bargh, J.A. (2000). Plan 9 from cyberspace: The implications of the Internet for personality and social psychology. *Personality and Social Psychology Review*, (4), 57-75.
- Miles, M., & Huberman, A. (1984). *Qualitative data analysis*. Beverly Hills, U.S.A.: Sage.
- Moya-Sánchez, M. & Herrera-Damas, S. (2015). Cómo puede contribuir Twitter a una comunicación política más avanzada. *Arbor*, 191(774). <https://doi.org/10.3989/arbor.2015.774n4012>
- Morris, D. S. & Morris, J. S. (2013). Digital inequality and participation in the political process: real or imagined? *Social Science Computer Review*, 31(5), 589-600. <https://doi.org/10.1177/0894439313489259>
- Muñoz-Justicia, J. (2005). *Análisis cualitativo de datos textuales con Atlas.Ti 5*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Nulty, P., Theocharis, Y., Popa, S. A., Parnet, O., & Benoit, K. (2016). Social Media and Political Communication in the 2014 Elections to the European Parliament. *Electoral Studies*, 44, 429-444. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2016.04.014>
- Papacharissi, Z. (2002). The virtual sphere: The Internet as a public sphere. *New Media and Society*, 4(1), 9-27.

- Park, N., Kee, K. F., & Valenzuela, S. (2009). Being immersed in social networking environment: Facebook groups, uses and gratifications, and social outcomes. *CyberPsychology & Behavior*, 12(6), 729–733.
- Rivas-de-Roca, R., García-Gordillo, M., & Bezunartea-Valencia, O. (2020). The far-right's influence on Twitter during the 2018 Andalusian elections: an approach through political leaders. *Communication & Society*, 33(2), 227-242.
- Rodotà, S. (2000). *Tecnopolítica. La democracia y las nuevas tecnologías de la comunicación*. Losada.
- Rodríguez, R. & Ureña, D. (2012). Diez razones para el uso de Twitter como herramienta en la comunicación política y electoral. *Comunicación y Pluralismo*, (5), 89-116.
- Sánchez, Ó. (2017). El fin (momentáneo) del bipartidismo en España: análisis de los resultados electorales de 2015 y 2016. *Revista Española de Derecho Constitucional*, (109), 237-260. 10.18042/cepc/redc.109.09
- Stolle, D. & Hooghe, M. (2004). Review Article: Inaccurate, exceptional, one-sided or irrelevant? The debate about the alleged decline of social capital and civic engagement in western societies. *British Journal of Political Science*, 35, 149-167.
- Vaccari et al. (2015). Political expression and action on social media: exploring the relationship between lower and higher-threshold political activities among Twitter users in Italy. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(2), 221-239. 10.1111/jcc4.12108
- Valenzuela, S., Park, N. & Kee, K. F. (2009). Is there social capital in a social network site?: Facebook use and college student's. *Journal of Computer Mediated Communication*, (14), 875-901. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x>

Alfonso Chaves-Montero. Profesor e Investigador FPU de la Universidad de Huelva, Facultad de Trabajo Social en el Departamento de Sociología, Trabajo Social y Salud Pública. Graduado en Sociología y en Ciencias Políticas y de la Administración por la Universidad Pablo de Olavide (Sevilla). Máster Oficial en Investigación e Intervención en Trabajo Social por la Universidad de Huelva; Máster Oficial en Comunicación y Educación Audiovisual por la Universidad Internacional de Andalucía y Máster Oficial en Análisis Histórico del Mundo Actual por la Universidad Internacional de Andalucía. Formo parte del proyecto *cátedra UNESCO: Ética y Sociedad* de la Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador) y del Comité Científico y Académico Internacional de la Colección Comunicación y Pensamiento de la editorial Ediciones Egregius de la Universidad de Sevilla. Investigador externo del grupo y proyecto de Investigación “*Filosofía, Sociedad y Cultura*” (ÁGORA) de la Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador). Miembro del Grupo de Investigación ÁGORA (HUM648) de la Universidad de Huelva y del proyecto *Flacso España* (Universidad de Salamanca). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5861-3414>

Fernando Relinque-Medina. Profesor Asociado en la Universidad de Huelva, Facultad de Trabajo Social en el Departamento de Sociología, Trabajo Social y Salud Pública. Diplomado en Trabajo Social. Máster en Estudios Migratorios, Desarrollo e Intervención Social. Doctor Internacional por la Universidad de Huelva (2018). Profesor de Grado de Trabajo Social en la Universidad de Huelva. Empresario en empresa EIS Methods SL, spin off de la Universidad de Huelva, de innovación e investigación social. Desarrollo de la I+D+i en el ámbito social. Consultor de Responsabilidad Social Corporativa y la Evaluación de Impacto Social. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5748-0285>

Manuela Á. Fernández-Borrero. Ayudante Doctora en la Universidad de Huelva, Facultad de Trabajo Social en el Departamento de Sociología, Trabajo Social y Salud Pública. Trabajadora Social y Psicóloga. Doctora Internacional por la Universidad de Huelva (2015). Secretaria y Docente del Máster Oficial en Investigación e Intervención en Trabajo Social. Líneas de investigación: diversidad cultural, competencia intercultural, participación social y comunitaria y servicios sociales. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7313-5163>