El docente Sandro Macassi, coordinador de la investigación previamente nombrada, comenta que tienen como objetivos generales analizar los roles de interpelación política, de gestión de la pandemia, de partisanismo grupal, de solidaridad y de resiliencia colectiva que cumplió Twitter para sus usuarios a través de los hashtags durante la cuarentena del COVID-19; e identificar a los nodos y redes de discusión y niveles de debates en torno a la gestión, implementación, controversias y respuestas ante el COVID-19 en el Perú en Twitter.

La motivación de esta investigación nace en la etapa más dura de la Pandemia. Con la inmovilización social obligatoria, las personas no podían intercambiar sus opiniones cara a cara, muchas dinámicas de la opinión pública como las conversaciones en las calles, los rumores, las corrientes de opinión simplemente no eran posibles. Se tenían los medios tradicionales, pero con muchas restricciones para cubrir los acontecimientos puesto que lo público se encontraba sumamente restringido. La necesidad de expresión, encuentro, comunidad se trasladó a los medios sociales y en especial al Twitter que se convirtió en una plataforma del encuentro e intercambio.

En el caso peruano, miles de grupos sociales participaron, especialmente desde las redes sociales, en la discusión sobre la gestión de la pandemia. En Twitter se cuestionaron las decisiones y circularon fake-news, pero también se apoyaron las políticas sanitarias y legitimaron las decisiones gubernamentales. En algunas ocasiones en la red social mencionada hubo una sobreabundancia de información, que no ayudó a cumplir con los preceptos básicos de prevención: Distancia social, uso de barreras, aislamiento voluntario e higiene personal.

Durante la cuarentena la comunicación gubernamental fue central en la cadena de intervenciones sanitarias, pero también fue necesaria para gestionar las narrativas contrarias a las medidas sanitarias. El éxito de la comunicación gubernamental para el control de la epidemia dependió, también, de la mediación que hacen las discusiones surgidas en los #hashtags de las redes sociales.

Esta investigación es una aplicación de SNA (Social Network Analysis) a procesos de comunicación política en redes sociales, lo cual significa una innovación en este campo de estudios en el país. Al final del estudio tendremos graphos y métricas que explicarán cómo se estructuraron las redes de debate en torno a los principales #hashtags desde marzo a mayo del inesperado pero complejo 2020.