https://doi.org/10.69639/arandu.v13i3.2609

Optimización de la función representativa del congresista mediante plataformas digitales de participación ciudadana

Optimizing the representative function of members of Congress through digital platforms for citizen participation

Karim Gamal Mahuad Martens
karimmahuad@gmail.com
https://orcid.org/0009-0008-1356-6456
Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Facultad de Ciencias Administrativas
Lima, Perú

Artículo recibido: 10 agosto 2026- Aceptado para publicación:16 septiembre 2026
Conflictos de intereses: Ninguno que declarar.

RESUMEN

Esta investigación cualitativa, de diseño fenomenológico, tuvo como objetivo evaluar cómo el uso de plataformas digitales de participación ciudadana puede optimizar el nivel de representación del Congresista de la República del Perú, en el marco del marketing político. El problema central es la histórica y profunda desaprobación ciudadana al Congreso peruano, que refleja una crisis estructural de la función de representación en el contexto de la democracia representativa. Se realizaron 32 entrevistas en profundidad a líderes de opinión: congresistas, académicos, politólogos, periodistas, representantes de la sociedad civil y expertos digitales. Los datos fueron analizados mediante el análisis temático reflexivo propuesto por Braun y Clarke (2006). Los resultados revelan dos hallazgos principales: (1) el nivel de calidad de la función representativa congresal es percibido como críticamente deficiente debido a factores estructurales, ausencia de reelección, desconfianza institucional y cultura de prebenda; y (2) las plataformas digitales de participación ciudadana son percibidas como herramientas viables y pertinentes para optimizar esa función a través de mecanismos de información, escucha, resolución y consenso, bajo una modalidad consultiva y no vinculante. Se concluye que la tecnología digital no resuelve los problemas estructurales de la representación, pero constituye un vehículo indispensable para reducir la brecha entre representantes y representados, legitimar la función congresal y avanzar hacia una democracia más participativa y deliberativa en el siglo XXI.

Palabras clave: democracia participativa, marketing político, plataformas digitales, representación política, participación ciudadana

ABSTRACT

This qualitative research, with a phenomenological design, aimed to evaluate how the use of digital citizen participation platforms can optimize the level of representation of the Congressman of the Republic of Peru, within the framework of political marketing. The central problem is the historical and deep citizen disapproval of the Peruvian Congress, reflecting a structural crisis in the representative function within the context of representative democracy. Thirty-two in-depth interviews were conducted with opinion leaders: congresspeople, academics, political scientists, journalists, civil society representatives, and digital experts. Data were analyzed using the reflexive thematic analysis proposed by Braun y Clarke (2006). Results reveal two main findings: (1) the quality of the congressional representative function is perceived as critically deficient due to structural factors, absence of re-election, institutional distrust, and prebend culture; and (2) digital citizen participation platforms are perceived as viable and pertinent tools to optimize that function through information, listening, resolution, and consensus mechanisms, in a consultative and non-binding modality. It is concluded that digital technology does not resolve the structural problems of representation, but constitutes an indispensable vehicle to reduce the gap between representatives and represented, legitimize the congressional function, and advance toward a more participatory and deliberative democracy in the 21st century.

Keywords: participatory democracy, political marketing, digital platforms, political representation, citizen participation

Todo el contenido de la Revista Científica Internacional Arandu UTIC publicado en este sitio está disponible bajo licencia Creative Commons Atribution 4.0 International.

INTRODUCCIÓN

El Perú se rige bajo el paradigma de la democracia representativa, sistema en el cual los ciudadanos eligen a sus representantes para que defiendan sus intereses y necesidades en los distintos poderes del Estado. El Congreso de la República constituye la institución central de ese mandato: es la asamblea de 130 personas elegidas para representar a más de 25 millones de electores. Sin embargo, la realidad dista significativamente del ideal.

Encuestas sistemáticas de IPSOS y el Instituto de Estudios Peruanos (IEP) revelan que la desaprobación ciudadana al Congreso ha oscilado entre el 70 % y el 90 % de la población en los últimos años, situando al parlamento peruano entre los de menor credibilidad en América Latina según el Latinobarómetro (2020). La Encuesta Nacional de Hogares del INEI registró niveles de desconfianza del 91.2 % hacia el Congreso y del 93.4 % hacia los partidos políticos (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2020). Este fenómeno no es privativo del Perú, pero el país encabeza los índices de rechazo institucional en la región. Esta crisis de legitimidad institucional es parte de un deterioro más amplio de la democracia representativa en América Latina, que Mounk (2018) caracteriza como el distanciamiento entre la dimensión liberal y la dimensión democrática de los sistemas políticos contemporáneos, generando lo que denomina "democracia iliberal" o "liberalismo no democrático" (p. 23).

La literatura especializada señala que esta crisis responde a una desconexión estructural entre representantes y representados. Power (2012), en el Informe Parlamentario Mundial del PNUD, advierte que la función de representación de los partidos políticos "es, en muchos países, débil y tiene escaso arraigo en la sociedad" (p. 5), y que los parlamentos compiten con múltiples alternativas de voz ciudadana. En el caso peruano, Landa (2008) identifica factores intrínsecos y extrínsecos que explican la crisis de legitimidad congresal, mientras que Combina (2015) documenta cómo los mecanismos oficiales de representación — semanas de representación y oficinas descentralizadas — son sistemáticamente subutilizados. Esta situación es agravada por la fragmentación del sistema de partidos, que Levitsky y Ziblatt (2018) advierten como uno de los principales vectores de erosión democrática en contextos donde las instituciones representativas pierden legitimidad ante la ciudadanía.

En este contexto, el marketing político ofrece un marco conceptual pertinente. Kotler y Armstrong (2008) definen el marketing como "un proceso social y administrativo mediante el cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y de valor con otros grupos e individuos" (p. 5). Aplicado a la esfera política, el congresista es el ofertante cuya propuesta de valor debe responder continuamente a los deseos y necesidades de sus representados. Esteban y Mondéjar (2015) amplían este alcance al señalar que el marketing político exige una comunicación permanente con los ciudadanos para generar valor y mantener la legitimidad representativa. Esta perspectiva se complementa con el

enfoque de Sartori (2005), quien distingue entre la dimensión formal —la representatividad derivada del voto— y la dimensión sustantiva de la representación, que exige una respuesta efectiva y continua a los intereses de los representados.

La transformación digital ofrece posibilidades inéditas para este desafío. Ford (2019) y Aguirre (2016) plantean que las plataformas digitales de participación ciudadana son espacios virtuales estructurados para el ejercicio democrático que facilitan procesos de proposición, deliberación, consulta y votación a escala masiva. Creighton (2005) las define como "el proceso a través del cual las preocupaciones, las necesidades y los valores públicos son incorporados en la toma de decisiones de los gobiernos" (p. 5). Desde una perspectiva teórica de la comunicación, Scolari (2008) señala que la digitalización desplaza el modelo clásico de comunicación de masas —uno a muchos— hacia nuevas formas interactivas de comunicación —muchos a muchos— que transforman la relación entre instituciones y ciudadanos. Organismos multilaterales como el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) promueven el concepto de parlamento abierto, que incluye la participación ciudadana digital como eje de la transparencia y la rendición de cuentas (OCDE, 2006; Puente, 2021).

En el plano normativo peruano, el Decreto Legislativo N.° 1412 (Decreto Legislativo N.° 1412, 2018) estableció el marco legal del gobierno digital, mientras que el Decreto de Urgencia N.° 006-2020 (2020) creó el Sistema Nacional de Transformación Digital, estableciendo las condiciones institucionales para el desarrollo de plataformas de participación ciudadana en el Estado peruano.

Sin embargo, existe una controversia relevante en el campo. Vergara (2013) y Marquina (2023) advierten que la democracia directa digital conlleva riesgos de plebiscitarismo, fragmentación y captura por grupos de interés particulares. Asimismo, Smith (2009) señala que "las reformas participativas o innovaciones democráticas son instrumentos diseñados para aumentar la participación ciudadana en el proceso de toma de decisiones políticas" (p. 22), pero que su implementación requiere diseños institucionales cuidadosos. O'Donnell (1994) advierte, desde su análisis de las democracias delegativas latinoamericanas, que los representantes electos tienden a actuar como si la delegación de poder que reciben los autorizara a gobernar sin rendición de cuentas horizontal, lo que constituye un obstáculo estructural para la participación ciudadana efectiva. La tensión entre democracia representativa y democracia participativa no está resuelta, y su eficacia depende de la voluntad política de los representantes y del nivel de cultura participativa ciudadana (Casas, 2009; Sánchez, 2015).

Frente a este panorama, la presente investigación tuvo como objetivo general evaluar cómo el uso de plataformas digitales de participación ciudadana puede optimizar el nivel de representación del Congresista de la República del Perú, en el marco del marketing político. Los objetivos específicos fueron: (a) evaluar la percepción de los congresistas sobre la conveniencia

del uso de dichas plataformas; (b) explorar la percepción de expertos (politólogos, académicos y periodistas) sobre la viabilidad de la comunicación participativa; y (c) conocer la percepción de la sociedad civil sobre el nivel de comunicación participativa deseado.

MÉTODOS

La investigación adoptó un enfoque cualitativo con diseño fenomenológico, orientado a explorar y comprender las vivencias y percepciones de actores relevantes sobre un fenómeno de carácter sociopolítico complejo (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). Este diseño fue seleccionado por su idoneidad para develar las creencias, significados y dimensiones subjetivas que subyacen a la desconexión entre representantes y representados, así como para evaluar prospectivamente el uso de herramientas digitales en la función parlamentaria.

El tipo de investigación fue básica o teórica, de carácter exploratorio, descriptivo y explicativo, con periodo transversal. El método analítico aplicado fue el análisis temático reflexivo propuesto por Braun y Clarke (2006), que comprende seis fases: (a) familiarización con los datos; (b) generación de categorías o códigos iniciales; (c) búsqueda de temas; (d) revisión de temas; (e) definición y denominación de temas; y (f) producción del informe final.

La técnica de recolección de datos fue la entrevista en profundidad. El instrumento —una guía de entrevista semiestructurada— fue validado mediante juicio de tres expertos de reconocida trayectoria en investigación y docencia universitaria, obteniendo un índice de validez promedio de 0.92, calificado como de muy alta validez según los criterios de Chenet et al. (2018). La guía organizó las preguntas en torno a dos categorías teóricas y sus subcategorías: Categoría 1, Uso de Plataformas Digitales de Participación Ciudadana (subcategorías: Informar/Proponer, Escuchar/Atender, Resolver/Solucionar, Acordar/Consensuar); y Categoría 2, Nivel de Calidad de la Función de Representación del Congresista (subcategorías: Autorización, Rendición de Cuentas, Representación Descriptiva, Representación Simbólica y Representación Sustantiva), tomadas de Casas (2009).

La muestra fue no probabilística, intencional y estratificada por criterio de relevancia y experiencia, alcanzando saturación teórica con 32 participantes: cuatro congresistas o excongresistas peruanos, cuatro académicos de posgrado, cinco periodistas políticos calificados, seis politólogos, seis representantes de la sociedad civil, cuatro representantes empresariales y tres expertos en transformación digital. Las entrevistas se realizaron en modalidad virtual durante el año 2023.

El procesamiento de los datos siguió un análisis inductivo-hermenéutico de las transcripciones, identificando patrones comunes, categorías emergentes e insights transversales entre los 32 testimonios. Se realizó triangulación de perspectivas entre perfiles de participantes. En cuanto a los criterios éticos, se obtuvo consentimiento informado de todos los participantes,

se protegió su identidad cuando fue pertinente y se preservó la veracidad y contexto de sus declaraciones, de conformidad con los principios éticos de la investigación científica.

RESULTADOS

Categoría 2: Nivel de calidad de la función de representación del Congresista

Los hallazgos revelan una percepción transversalmente crítica respecto a la calidad de la función representativa congresal en el Perú. La totalidad de los entrevistados coincidió en señalar una desconexión estructural entre los 130 congresistas y los más de 25 millones de electores. Se identificaron cinco factores centrales.

Desproporcionalidad estructural. La relación de un congresista por cada 192,000 electores aproximados, distribuidos en 24 circunscripciones, fue señalada como inviable para una representación efectiva. El sistema de cifra repartidora genera que solo el 40 % de los votos emitidos tenga representación efectiva en el Congreso (Palacios, 2023). Lima, con más de ocho millones de electores y solo 34 congresistas, fue señalada como un caso paradigmático de subrepresentación. Altman y Pérez-Liñán (2002) han documentado que la baja proporcionalidad entre representantes y representados es uno de los factores que reduce la calidad democrática en los países de América Latina, y que este déficit tiene efectos directos sobre la participación ciudadana y la legitimidad de los gobiernos.

Ausencia de reelección inmediata. Múltiples entrevistados —politólogos, periodistas y académicos— coincidieron en que sin el incentivo de la reelección el congresista opera sin horizonte de largo plazo, prioriza beneficios personales y elude la rendición de cuentas. Como señaló una de las entrevistadas: “un cheque de cinco años sin reelección no tiene ningún incentivo para generar una relación” (R. M. Palacios, comunicación personal, 2023). Barreda (2011), en su análisis comparado de 18 democracias latinoamericanas, identifica que la rendición de cuentas y la participación ciudadana son dimensiones fundamentales de la calidad democrática, ambas directamente afectadas por la ausencia de mecanismos de incentivo como la reelección.

Confusión de roles y ausencia de protocolos representativos. Varios legisladores y exlegisladores reconocieron que muchos congresistas desconocen su función o la confunden con la gestión ejecutiva —obras públicas, trámites—, generando expectativas ciudadanas incorrectas. La inexistencia de protocolos o indicadores de gestión representativa fue identificada como una debilidad institucional grave, consistente con lo documentado por Combina (2015). El propio Congreso de la República del Perú (2011), en su Guía de Gestión de la Representación Política, reconoce que “en la cultura institucional del Congreso suele operar la representatividad, que es natural y automática a la elección”, distinguiéndola de la representación activa como proceso continuo. (p. 11).

Deterioro de la representación simbólica. Las emociones predominantes en la relación ciudadano-Congreso son negativas: rechazo, desaprobación y hartazgo. Las encuestas del IPSOS

(2023) y el IEP (2023) citadas por los entrevistados confirman este dato. La representación simbólica —basada en la identificación emocional entre representante y representado (Casas, 2009)— opera en sentido inverso: la ciudadanía no se identifica con sus congresistas como defensores de sus intereses. Cairo (2002) señala que la democracia digital puede contribuir a revertir esta desconexión emocional al crear espacios de interacción genuina que devuelven al ciudadano una sensación de agencia y escucha en el proceso político.

Precariedad del sistema de partidos políticos. Los partidos peruanos fueron descritos como organizaciones sin democracia interna, controladas por caudillos o grupos de interés, carentes de formación política y sin mecanismos de filtro para sus candidatos. Esta precariedad debilita el vínculo representativo desde el origen del proceso electoral, tal como documentan Levitsky y Zavaleta (2019). Avritzer (2010), estudiando el caso brasileño, muestra que la debilidad de los partidos puede ser parcialmente compensada por el desarrollo de instituciones participativas que permitan a los ciudadanos incidir directamente en las decisiones públicas, abriendo una alternativa relevante para el contexto peruano.

Categoría 1: Uso de plataformas digitales de participación ciudadana

Respecto al potencial de las plataformas digitales de participación ciudadana, los hallazgos muestran un reconocimiento mayoritario de su pertinencia y viabilidad, con condicionantes específicos en cada subcategoría.

Subcategoría Informar/Proponer. La mayoría de los entrevistados reconoció el potencial de las plataformas digitales para informar a los ciudadanos sobre la gestión congresal y permitirles proponer iniciativas. La condición necesaria identificada es el desarrollo de educación cívica que posibilite una participación propositiva, no solo reactiva o de protesta. García (2016) documenta que las plataformas digitales de participación generan nuevos espacios de representación discursiva que pueden complementar los mecanismos tradicionales de representación política, siempre que se articulen con voluntad institucional y diseño adecuado.

Subcategoría Escuchar/Atender. El interés de los congresistas en usar estas plataformas para escuchar a la ciudadanía resultó condicional a la voluntad individual de cada representante. La ausencia de reelección reduce la motivación para mantener vínculos activos con los representados. Sin embargo, varios entrevistados señalaron que algunos legisladores ya utilizan redes sociales con ese propósito, sugiriendo un camino gradual. Aguado (2004) aporta que el modelo funcionalista de la comunicación, basado en el análisis de efectos y retroalimentación entre emisores y receptores, proporciona el marco teórico apropiado para entender la potencialidad de estas plataformas como sistemas de escucha organizada y bidireccional entre congresistas y ciudadanos.

Subcategoría Resolver/Solucionar. Las plataformas digitales fueron valoradas como instrumentos para la cocreación de soluciones a problemas concretos, particularmente en el ámbito de las comisiones legislativas y en el marco de la semana de representación. Se destacó

su carácter bidireccional: permiten no solo recibir demandas sino también deliberar y construir propuestas colectivas (Creighton, 2005). La Ley N.° 26300 (Congreso Constituyente Democrático, 1994) ya estableció mecanismos de democracia directa —iniciativa legislativa, referéndum, demanda de rendición de cuentas— cuya aplicación a través de plataformas digitales representa una evolución natural de esos derechos ciudadanos.

Subcategoría Acordar/Consensuar. Existe consenso entre los entrevistados en que las plataformas pueden reducir la polarización y facilitar la construcción de acuerdos cuando están diseñadas para la deliberación organizada, con reglas de participación claras. Se advirtió el riesgo de replicar la dinámica fragmentadora de las redes sociales si no se establecen mecanismos de moderación y representatividad. Marshall (2017) argumenta que los modelos de democracia deliberativa y de impugnación pueden conceder un rol importante a los mecanismos de participación como las plataformas digitales, en tanto estas generen información de calidad para que los representantes tomen decisiones más legítimas y respaldadas.

Un hallazgo transversal a ambas categorías es que las plataformas digitales de participación ciudadana deben tener carácter consultivo y no vinculante, en coherencia con el modelo de democracia representativa y el mandato no imperativo establecido en el artículo 93 de la Constitución Política del Perú (Congreso Constituyente Democrático [CCD], 1993). Su función óptima sería enriquecer la información y legitimidad de las decisiones del congresista, no sustituir su criterio legislativo.

El análisis temático reflexivo permitió identificar ocho subcategorías emergentes comunes a ambas categorías: (a) educación e información ciudadana; (b) participación ciudadana proactiva; (c) rendición de cuentas y transparencia; (d) diversidad y representación; (e) reforma política y desafíos estructurales; (f) desconexión entre representantes y representados; (g) reforma del sistema político; y (h) tecnología y democracia digital. Estas categorías son coherentes con los hallazgos de Craig (1999), quien sostiene que toda teoría de la comunicación implica una concepción práctica de la interacción humana; en este caso, las subcategorías emergentes reflejan las tensiones y posibilidades de la interacción entre representantes políticos y ciudadanos en el entorno digital.

DISCUSIÓN

Los resultados de esta investigación se articulan con la literatura especializada de múltiples maneras. En primer lugar, confirman el diagnóstico de Power (2012) sobre la debilidad estructural de la función representativa parlamentaria en el contexto global, y lo especifican en el caso peruano con evidencia cualitativa de primera fuente. La desconexión identificada no es coyuntural sino sistémica, y encuentra sus raíces en el diseño institucional del Congreso unicameral, la ausencia de reelección inmediata y la precariedad del sistema de partidos.

La aplicación del marco del marketing político (Kotler y Armstrong, 2008; Esteban y Mondéjar, 2015) resultó pertinente para comprender la naturaleza del problema: la relación representante-representado constituye un intercambio de valor que requiere retroalimentación continua, no solo una transacción electoral puntual. Este hallazgo amplía el alcance habitual del marketing político, que suele reducirse al período de campaña, y propone extenderlo hacia una lógica permanente de gestión de relaciones con el ciudadano.

En relación con la democracia digital, los resultados coinciden con Ford (2019) y Aguirre (2016) en reconocer el potencial transformador de las plataformas digitales, pero también con las advertencias de Vergara (2013) sobre los límites de la democracia directa. La síntesis que emerge de los datos es que las plataformas digitales son herramientas de la democracia participativa al servicio de la democracia representativa, no su sustituto. Este hallazgo es coherente con los componentes de la democracia ideal propuestos por Dahl (2002): participación efectiva, electorado informado e inclusión.

La investigación de Casas (2009) sobre representación política y participación ciudadana en democracias latinoamericanas es especialmente confirmada por los resultados. Los factores que dicho autor identifica como desincentivadores de la participación —abstención electoral, desconfianza institucional, corrupción, impunidad y "reticencia de la propia representación política ante la posibilidad de ver mermadas sus atribuciones" (p. 60)— están presentes con gran intensidad en los testimonios recabados.

Los resultados matizan el planteamiento de Monsiváis (2013), quien argumenta que representación y democracia no constituyen principios en conflicto. A nivel teórico esta posición es sostenible; sin embargo, los datos de campo muestran que, en el contexto peruano, los actores políticos y sociales perciben una tensión real entre las lógicas representativa y participativa que no ha sido aún resuelta institucionalmente. Cáceres et al. (2016) ofrecen un marco complementario: su hallazgo de que la ciudadanía confía más en la acción colectiva horizontal que en la interacción con instituciones es coherente con la percepción mayoritaria de que el Congreso no escucha ni atiende a sus representados.

Esta investigación presenta limitaciones inherentes a su carácter cualitativo. Los resultados no son generalizables estadísticamente a toda la población peruana, sino que ofrecen una comprensión en profundidad de las percepciones de líderes de opinión. La muestra no incluye ciudadanos de sectores con menor acceso digital ni de regiones rurales de alta dispersión, lo cual introduce un sesgo que debe considerarse en la interpretación. Adicionalmente, la temporalidad del estudio —año 2023, de alta conflictividad institucional en el Perú— puede haber acentuado las valoraciones críticas. Estudios longitudinales y comparativos con otros parlamentos latinoamericanos podrían enriquecer y matizar estas conclusiones.

El aporte principal de esta investigación al acervo científico es la demostración empírica de que la articulación entre marketing político y democracia digital constituye una agenda de

investigación con alta relevancia práctica para el fortalecimiento de la democracia representativa en contextos de baja institucionalidad. Adicionalmente, ofrece un modelo analítico de doble categoría —calidad de la representación y uso de plataformas digitales— replicable en estudios comparativos con otros parlamentos de la región.

CONCLUSIONES

El uso de plataformas digitales de participación ciudadana puede optimizar la función de representación del Congresista de la República del Perú al facilitar mecanismos de información, escucha, resolución de problemas y construcción de consensos entre representantes y representados. No obstante, su efectividad está condicionada a la voluntad política de los congresistas, al desarrollo de cultura cívica participativa, a la calidad del diseño tecnológico y a reformas estructurales del sistema político que incentiven una representación orientada al largo plazo.

La calidad de la función representativa congresal en el Perú es percibida como críticamente deficiente por un amplio espectro de líderes de opinión. Los factores que explican esta crisis son múltiples y sistémicos: la desproporcionalidad entre representantes y electores, la ausencia de reelección como incentivo, la confusión de roles, la precariedad del sistema de partidos, la cultura de la prebenda y la corrupción institucionalizada.

Las plataformas digitales de participación ciudadana no constituyen la solución a la crisis estructural de la representación política, pero son un instrumento indispensable para reducir la brecha entre representantes y representados, legitimar la función congresal mediante la transparencia y la rendición de cuentas, y contribuir a la construcción de una democracia digital más participativa y deliberativa.

La transformación digital ha acelerado su paso de forma irreversible a partir de la pandemia de COVID-19. Las nuevas generaciones de ciudadanos nativos digitales demandan formas de interacción política más directas, dinámicas y continuas. El Congreso tiene una oportunidad histórica de reinventarse a través de estas herramientas, pero requiere voluntad política, liderazgo innovador y un proceso gradual de aprendizaje institucional.

Para futuras investigaciones se recomienda: (a) desarrollar estudios cuantitativos que midan el impacto de plataformas específicas de participación ciudadana sobre los indicadores de aprobación congresal; (b) comparar la experiencia peruana con parlamentos de la región que han implementado mecanismos de democracia digital, como Redpública.pe (PNUD Perú) o el proyecto Democracia 4.0 en Cajamarca; (c) indagar en el rol de las comisiones legislativas como espacio privilegiado para implementar plataformas digitales de consulta ciudadana; y (d) explorar el papel de la brecha digital y la diversidad lingüística como barreras para la participación ciudadana en contextos rurales e indígenas del Perú.

REFERENCIAS

Aguado, J. M. (2004). Introducción a las teorías de la comunicación y la información. Universidad de Murcia.

Aguirre, J. F. (2016). La democracia líquida. Los nuevos modelos políticos en la era digital. Universidad Autónoma de Nuevo León.

Altman, D. y Pérez-Liñán, A. (2002). Assessing the quality of democracy: Freedom, competitiveness and participation in eighteen Latin American countries. Democratization, 9(2), 85–100. https://doi.org/10.1080/714000256

Avritzer, L. (2010). Las instituciones participativas en el Brasil democrático. Biblioteca Universidad Veracruzana.

Barreda, M. (2011). La calidad de la democracia: Un análisis comparado de América Latina. Política y Gobierno, 18(2), 265–295.

Braun, V. y Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology, 3(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Cáceres, M. D., Brändle, G. y Ruiz, J. A. (2016). Hacia la construcción de una ciudadanía digital. Prisma Social, 15, 643–684.

Cairo, H. (2002). Democracia digital, límites y oportunidades. Editorial Trotta.

Casas, E. (2009). Representación política y participación ciudadana en las democracias. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, 51(205), 59–76. https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2009.205.41643

Chenet, M., Palomino, N. y Mansilla, J. (2018). Epistemología de la investigación científica. Horizonte de la Ciencia, 8(15), 27–36.

Combina, C. (2015). Relaciones no formales en el cumplimiento de la función de representación de congresistas de la región Junín durante el periodo 2011-2014 [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú].

Congreso Constituyente Democrático. (1993). Constitución Política del Perú. Congreso de la República.

Congreso Constituyente Democrático. (1994). Ley N.° 26300. Ley de los Derechos de Participación y Control Ciudadanos. Congreso de la República.

Congreso de la República del Perú. (2011). Guía de gestión de la representación política. Congreso de la República.

Craig, R. T. (1999). Communication theory as a field. Communication Theory, 9(2), 119–161. https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.1999.tb00355.x

Creighton, J. (2005). The public participation handbook: Making better decisions through citizen involvement. Jossey-Bass.

Dahl, R. (2002). La poliarquía. Participación y oposición. Editorial Tecnos.

Decreto Legislativo N.° 1412. (2018, 13 de setiembre). Ley de Gobierno Digital. Presidencia del Consejo de Ministros. https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-legislativo-que-aprueba-la-ley-de-gobierno-digital-decreto-legislativo-n-1412-1691026-1/

Decreto de Urgencia N.° 006-2020. (2020, 9 de enero). Decreto que crea el Sistema Nacional de Transformación Digital. Presidencia del Consejo de Ministros.

Esteban, A. y Mondéjar, J. (Coords.). (2015). Fundamentos de marketing (2.ª ed.). ESIC Business Marketing School.

Ford, E. (2019). El reto de la democracia digital. Hacia una ciudadanía interconectada. Jurado Nacional de Elecciones, Oficina Nacional de Procesos Electorales y Fundación Konrad Adenauer.

García, E. (2016). Democracia digital. Discursos sobre participación ciudadana y TIC. Revista de Estudios Políticos, 173, 169–193. https://doi.org/10.18042/cepc/rep.173.05

Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill.

Instituto de Estudios Peruanos. (2023, agosto). Informe de opinión pública agosto 2023. https://iep.org.pe/estudios-de-opinion/

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2020). Encuesta Nacional de Hogares 2020: Módulo de gobernabilidad, transparencia y democracia. INEI.

IPSOS. (2023, agosto). Opinión Data – Agosto 2023. https://www.ipsos.com/es-pe/opinion-data-agosto-2023

Kotler, P. y Armstrong, G. (2008). Fundamentos de marketing (8.ª ed.). Pearson Educación.

Landa, C. (2008). Desafíos y perspectivas para la representatividad parlamentaria en el contexto de la sociedad global. Derecho & Sociedad, 31, 38–44.

Latinobarómetro. (2020). Informe 2020. Corporación Latinobarómetro. https://www.latinobarometro.org

Levitsky, S. y Zavaleta, M. (2019). ¿Por qué no hay partidos políticos en el Perú? Planeta Perú.

Levitsky, S. y Ziblatt, D. (2018). Cómo mueren las democracias. Editorial Ariel.

Marquina, P. (2023). Marketing político y representación en contextos de baja institucionalidad. Centrum Católica, Pontificia Universidad Católica del Perú.

Marshall, P. (2017). Elecciones representativas y legitimidad democrática: Una mirada desde las concepciones normativas de la democracia. Revista de Derecho (Valdivia), 30(2), 275–299. https://doi.org/10.4067/S0718-09502017000200012

Monsiváis, A. (2013). Repensando la relación entre democracia y representación: Algunas propuestas para ampliar el canon democrático. Perfiles Latinoamericanos, 21(41), 45–69.

Mounk, Y. (2018). El pueblo contra la democracia. Paidós.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2006). Participación ciudadana: Manual de la OCDE sobre información, consulta y participación en la elaboración de políticas públicas. OCDE. https://www.oecd.org/espanol/publicaciones/37873406.pdf

O'Donnell, G. (1994). Delegative democracy. Journal of Democracy, 5(1), 55–69.

Power, G. (2012). Informe parlamentario mundial: La naturaleza cambiante de la representación parlamentaria. PNUD y Unión Interparlamentaria.

Puente, K. (Coord.). (2021). El Congreso mexicano y el parlamento abierto: Transparencia, participación ciudadana, innovación, integridad y responsabilidad parlamentarias. INAI.

Sánchez, J. J. (2015). La participación ciudadana como instrumento del gobierno abierto. Espacios Públicos, 18(43), 51–73.

Sartori, G. (2005). Elementos de teoría política. Alianza Editorial.

Scolari, C. (2008). Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Gedisa Editorial.

Smith, G. (2009). Democratic innovations: Designing institutions for citizen participation. Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9780511609848

Vergara, A. (2013). Ciudadanos sin república. De la precariedad institucional al descalabro político. Editorial Planeta Perú.