

Esquema de calificación

Noviembre de 2025

Sociedad Digital

Nivel Superior

Prueba 3

© International Baccalaureate Organization 2025

All rights reserved. No part of this product may be reproduced in any form or by any electronic or mechanical means, including information storage and retrieval systems, without the prior written permission from the IB. Additionally, the license tied with this product prohibits use of any selected files or extracts from this product. Use by third parties, including but not limited to publishers, private teachers, tutoring or study services, preparatory schools, vendors operating curriculum mapping services or teacher resource digital platforms and app developers, whether fee-covered or not, is prohibited and is a criminal offense.

More information on how to request written permission in the form of a license can be obtained from <https://ibo.org/become-an-ib-school/ib-publishing/licensing/applying-for-a-license/>.

© Organisation du Baccalauréat International 2025

Tous droits réservés. Aucune partie de ce produit ne peut être reproduite sous quelque forme ni par quelque moyen que ce soit, électronique ou mécanique, y compris des systèmes de stockage et de récupération d'informations, sans l'autorisation écrite préalable de l'IB. De plus, la licence associée à ce produit interdit toute utilisation de tout fichier ou extrait sélectionné dans ce produit. L'utilisation par des tiers, y compris, sans toutefois s'y limiter, des éditeurs, des professeurs particuliers, des services de tutorat ou d'aide aux études, des établissements de préparation à l'enseignement supérieur, des fournisseurs de services de planification des programmes d'études, des gestionnaires de plateformes pédagogiques en ligne, et des développeurs d'applications, moyennant paiement ou non, est interdite et constitue une infraction pénale.

Pour plus d'informations sur la procédure à suivre pour obtenir une autorisation écrite sous la forme d'une licence, rendez-vous à l'adresse <https://ibo.org/become-an-ib-school/ib-publishing/licensing/applying-for-a-license/>.

© Organización del Bachillerato Internacional, 2025

Todos los derechos reservados. No se podrá reproducir ninguna parte de este producto de ninguna forma ni por ningún medio electrónico o mecánico, incluidos los sistemas de almacenamiento y recuperación de información, sin la previa autorización por escrito del IB. Además, la licencia vinculada a este producto prohíbe el uso de todo archivo o fragmento seleccionado de este producto. El uso por parte de terceros —lo que incluye, a título enunciativo, editoriales, profesores particulares, servicios de apoyo académico o ayuda para el estudio, colegios preparatorios, desarrolladores de aplicaciones y entidades que presten servicios de planificación curricular u ofrezcan recursos para docentes mediante plataformas digitales—, ya sea incluido en tasas o no, está prohibido y constituye un delito.

En este enlace encontrará más información sobre cómo solicitar una autorización por escrito en forma de licencia: <https://ibo.org/become-an-ib-school/ib-publishing/licensing/applying-for-a-license/>.

1. (a) Haciendo referencia a la Fuente C, identifique **dos** requisitos de una aplicación de votación.

[2]

Posibles respuestas:

- Interfaz fácil de usar
- Medidas de seguridad para mantener protegidos los datos de los/as votantes
- Capacidad para inscribirse en el censo electoral
- Capacidad para verificar al usuario/a
- Capacidad para votar
- Proporcionar información sobre los candidatos/as
- Proporcionar información sobre el proceso electoral
- Accesible para todos/as
- Disponible en todas las plataformas

Nota: Hay estudiantes que pueden interpretar la pregunta como requisitos para una aplicación en general. En ese caso, acepte respuestas como:

- *Uso del cortafuegos*
- *Acceso a Internet*
- *Dispositivo móvil*

Otorgue [1] por cada requisito de la aplicación de votación, hasta [2].

- (b) Resuma **una** característica de una campaña de concienciación sobre el voto realizada en las redes sociales.

[2]

Posibles respuestas:

- Interacciones/*engagement*.
- Estas campañas pretenden atraer a un público amplio y diverso a través de varias plataformas de redes sociales, como Facebook, X, Instagram y TikTok.

- Compartir información.
- Proporcionan información precisa y actualizada sobre el registro de votantes, los lugares de votación, los plazos y otros detalles importantes relacionados con la votación.

- Promover la participación.
- Las campañas de concienciación sobre el voto se centran en fomentar la participación de la población, y no en promover un partido político o un candidato/a específico.

- Educación.
- Informan a la gente sobre el proceso electoral, incluyendo cómo registrarse, la importancia de votar y el impacto de su voto en los asuntos locales y nacionales.

- Contenido visual.
- Las campañas eficaces utilizan contenidos visuales, como infografías, videos e imágenes, para transmitir su mensaje en un formato que es fácil de compartir.

- Etiquetas/*hashtags*.
- A menudo crean y promueven etiquetas/*hashtags* específicos de la campaña para facilitar las conversaciones y hacer un seguimiento de las interacciones/*engagement* en las plataformas de redes sociales.

- Llamadas a la acción.
- Las campañas animan a los usuarios/as a realizar acciones específicas, como registrarse para votar, comprobar su situación en el censo electoral o compartir materiales de campaña.

- Colaboraciones.
- Pueden colaborar con personas influyentes, famosos/as u otras organizaciones para ampliar su alcance y credibilidad.

- Contenidos generados por los usuarios/as.
- Algunas campañas animan a los/as simpatizantes a crear y compartir sus contenidos, historias y experiencias personales relacionadas con votar para crear un sentimiento de comunidad y autenticidad.

- Mensajes dirigidos.
- Las campañas pueden adaptar sus mensajes a diferentes grupos demográficos para asegurarse de que el contenido sea pertinente y relacionable con una amplia gama de votantes potenciales.

- Movilización.
- Las campañas suelen centrarse en conseguir que la gente acuda a las urnas el día de las elecciones, y proporcionan información sobre el voto anticipado, el voto por correo y las opciones de transporte en caso necesario.
- Medición y evaluación.
- Las campañas de concienciación sobre el voto realizadas en las redes sociales suelen supervisar y evaluar su impacto utilizando métricas como el alcance, las interacciones/*engagement*, las veces que se comparten las publicaciones, y el número de personas que realizan acciones específicas en respuesta a su contenido.
- Accesibilidad.
- Se aseguran de que su contenido sea accesible para las personas con discapacidades, para lo cual, por ejemplo, proporcionan texto alternativo para las imágenes y subtítulos para los videos.
- Respuesta frente a la información errónea.
- Algunas campañas combaten activamente la información errónea y la desinformación relacionadas con el voto, para lo cual proporcionan información precisa y recursos para contrarrestar las afirmaciones falsas.
- La campaña debe ser neutral.
- El propósito de la campaña es promover la participación en las elecciones, y no puede tener ningún sesgo hacia ningún partido político.

Otorgue [1] por identificar una característica de una campaña de concienciación sobre el voto realizada en las redes sociales y [1] por un desarrollo de esa característica, hasta [2].

2. (a) Explique **una** razón por la que las campañas de concienciación sobre el voto realizadas en las redes sociales pueden no aumentar el número de ciudadanos/as que votan.

[3]

Posibles respuestas:

- Sobrecarga de información.
- En la era digital actual, la gente recibe constantemente una gran cantidad de información, entre la cual figuran anuncios, noticias y diversas campañas en los hilos de las redes sociales.
- Un exceso de contenidos puede dificultar que una campaña concreta destaque y capte la atención del público.

- Desensibilización.
- Si las personas ven demasiadas campañas o mensajes similares, pueden desensibilizarse o que los *banners* no le llamen la atención.
- Esto causaría que se les hiciese caso omiso y no se reaccionara al contenido.

- No conocer al público.
- Los ciudadanos/as utilizan una serie de aplicaciones de redes sociales que variarán en función del grupo demográfico.
- Es posible que las personas mayores no participen en absoluto en las redes sociales, y el uso que los/as estudiantes hacen de las redes sociales puede cambiar rápidamente en función de la tendencia.

- Brecha digital.
- No todos los ciudadanos/as usan las redes sociales, o algunos pueden no tener acceso a Internet.
- Este grupo de ciudadanos/as no podría ver la campaña y, por tanto, la campaña no resultaría en un aumento de votos.

- Noticias falsas.
- Si la campaña de concienciación en las redes sociales consiste en afirmaciones falsas, los usuarios/as podrían no confiar en la campaña de promoción.
- Si los usuarios/as no tienen confianza, no harán caso a la campaña y no votarán.

- Mensaje ineficaz.
- **Puede que** la información que se dé en la campaña en las redes sociales no convenga a los/as votantes de que su voto es importante; p. ej., en la Fuente D, a Eduardo no le importa y, por tanto, puede que no esté dispuesto a cambiar de opinión.

Otorgue [1] por identificar una razón por la que las campañas de concienciación sobre el voto realizadas en las redes sociales pueden no aumentar el número de ciudadanos/as que votan y [1] por cada desarrollo posterior de esa razón, hasta [3].

- (b) Explique **una** forma en la que el uso de la tecnología de cadena de bloques hará que votar con la aplicación sea seguro.

[3]

Posibles respuestas:

- La inmutabilidad de los registros garantiza la integridad del registro de votaciones.
- La cadena de bloques crea un registro que no se puede manipular de todas las transacciones.
- Cada voto se registra como una transacción en un bloque que, una vez añadido a la cadena, no puede alterarse ni borrarse.

- Una red de cadena de bloques suele estar descentralizada, con copias del registro distribuidas en múltiples nodos u computadoras.
- Esto evita que haya un punto único de fallo.
- De este modo es extremadamente difícil que actores/as maliciosos manipulen los datos de la votación o perturben el sistema.

- Los votos se cifran de forma segura en la cadena de bloques.
- Solo los usuarios/as autorizados que tienen las claves criptográficas necesarias pueden acceder y verificar la autenticidad de los votos.
- Esto garantiza la privacidad y la seguridad de los datos.

- Todas las transacciones de la cadena de bloques son transparentes y las puede ver cualquiera.
- Esta transparencia permite una verificación independiente del proceso electoral, lo que reduce las posibilidades de fraude o manipulación.
- Los/as votantes pueden verificar que sus votos se hayan contado con exactitud.

- Pueden utilizarse contratos inteligentes para automatizar el proceso electoral.
- Estos contratos autoejecutables garantizan que el recuento de votos se realice con precisión y de acuerdo con unas normas predefinidas.
- Esto reduce el potencial de error humano o de sesgo.

- Cada voto en una cadena de bloques tiene una marca de tiempo,
- Esto crea un registro cronológico de cuándo se emitieron los votos.
- Esto puede ayudar a auditar el proceso y garantizar que los votos no se alteraron después de emitirse.

- La cadena de bloques puede utilizarse para autenticar de forma segura a los/as votantes.
- Una vez verificada la identidad de un/a votante, su voto se vincula a su identidad digital en la cadena de bloques.
- Esto reduce el riesgo de voto fraudulento.

- La naturaleza descentralizada de la cadena de bloques la hace resistente a los ataques de denegación de servicio distribuidos (DDoS).
- Aunque algunos nodos sean objeto de ataque.
- La red puede seguir funcionando.

- Una vez completado el proceso electoral y registrados los resultados en la cadena de bloques, estos no se pueden alterar.
- Esto garantiza el carácter definitivo y la integridad del resultado electoral.
- De este modo se conduce a la inmutabilidad.

- La cadena de bloques puede utilizarse para transmitir votos de forma segura a través de Internet.
- Esto reduce el riesgo de interceptación o manipulación durante el proceso de transmisión.
- De este modo se garantiza la seguridad del proceso electoral.

Otorgue [1] por identificar un modo en que el uso de la tecnología de cadena de bloques hará seguro el proceso electoral a distancia y [1] por cada desarrollo posterior de ese modo, hasta [3].

3. ¿En qué medida el uso de aplicaciones de votación y las campañas de concienciación realizadas en las redes sociales conducirán a un mayor empoderamiento de los/as votantes?

[8]

Posibles respuestas:

Estas tecnologías pueden empoderar a los ciudadanos/as:
Las aplicaciones de votación y las campañas en las redes sociales tienen el potencial de empoderar a los ciudadanos/as de varias maneras:

Razones por las que las aplicaciones de votación y las redes sociales conducen al empoderamiento de los/as votantes

Accesibilidad:

- Las aplicaciones de votación facilitan la participación de los ciudadanos/as en el proceso democrático (cambio, poder, sistemas).
- Pueden registrarse para votar, encontrar lugares de votación e incluso votar desde la comodidad de sus teléfonos inteligentes (cambio, sistemas).
- Esta mayor accesibilidad puede animar a más personas a participar en el proceso político (espacios, sistemas).

Criterios del NS: equidad, aceptabilidad, viabilidad, innovación, ética

Compartir información:

- Las plataformas de redes sociales ofrecen un espacio libre para compartir información sobre candidatos/as, cuestiones y detalles de las elecciones (espacios, sistemas).
- Las campañas y los movimientos de base pueden utilizar las redes sociales para informar a los ciudadanos/as sobre sus derechos, el proceso de votación y las posturas de los candidatos/as, lo que aumenta la conciencia política general (poder, sistemas, ética, valores, transparencia).

Criterios del NS: equidad, aceptabilidad, costo, viabilidad, innovación, ética

Interacciones/engagement:

- Las campañas en las redes sociales pueden suscitar discusiones y debates sobre cuestiones políticas. Proporcionan a los ciudadanos/as una plataforma para expresar sus opiniones, conectar con personas afines y abordar puntos de vista opuestos (expresión).
- Estas interacciones/engagement pueden conducir a un electorado más informado y activo (poder, valores, transparencia).

Criterios del NS: equidad, aceptabilidad, viabilidad, innovación, ética

Movilización:

- Las aplicaciones de votación y las campañas en las redes sociales pueden movilizar a los ciudadanos/as para que actúen (espacios, valores)
- Las campañas pueden animar a la gente a registrarse para votar, ofrecerse como voluntarios/as para las campañas y participar en los esfuerzos para conseguir que el electorado vote (cambio, valores).
- La facilidad para compartir información y noticias en las redes sociales puede ser una poderosa herramienta para recabar apoyos (expresión, poder, sistemas, equidad).

Criterios del NS: viabilidad, innovación, ética

Transparencia:

- Las aplicaciones de votación pueden aumentar la transparencia del proceso electoral (poder, sistemas, ética, transparencia).
- Pueden proporcionar noticias en tiempo real de los resultados electorales, garantizando así que los ciudadanos/as puedan confiar en la integridad del proceso y en la exactitud de los resultados (sistemas, valores, ética, transparencia).

Criterios del NS: aceptabilidad, innovación, ética

Participación juvenil:

- Las generaciones más jóvenes suelen ser más activas en las redes sociales, lo que las convierte en una plataforma eficaz para llegar a los/as votantes más jóvenes e interactuar con ellos (poder, sistemas).
- Las aplicaciones de votación y las campañas en las redes sociales pueden animar a las personas jóvenes a ser más activas políticamente (expresión, poder, sistemas).

Criterios del NS: equidad, aceptabilidad, viabilidad, innovación, ética

Construcción de comunidades:

- Las redes sociales pueden ayudar a crear comunidades en torno a temas o candidatos/as específicos (expresión, valores).
- Estas comunidades pueden proporcionar un sentimiento de pertenencia y apoyo a los ciudadanos/as apasionados por una causa concreta, ayudándolos a mantenerse comprometidos a largo plazo (identidad).

Criterios del NS: aceptabilidad, innovación, ética

Mecanismo de retroalimentación:

- Las aplicaciones de votación pueden proporcionar mecanismos de retroalimentación para que los ciudadanos/as informen de problemas, irregularidades o preocupaciones relacionadas con el proceso de votación, lo que puede conducir a mejoras y a un aumento de la confianza en el sistema (sistemas, poder, transparencia).

Criterios del NS: aceptabilidad, innovación, ética

Análisis de datos:

- Tanto las aplicaciones de votación como las campañas en las redes sociales generan una gran cantidad de datos que pueden analizarse para comprender mejor el comportamiento y las preferencias de los/as votantes (poder, sistemas, valores, ética, datos).
- Estos datos pueden influir en las estrategias de campaña y en las decisiones políticas (cambio, sistemas, ética, valores).

Criterios del NS: ética de la innovación

Es importante señalar que, aunque estas herramientas pueden empoderar a los ciudadanos/as, también conllevan desafíos, como la propagación de información errónea en las redes sociales y la preocupación por la seguridad y la privacidad de las aplicaciones de votación. No obstante, cuando se utilizan de forma responsable y ética, las aplicaciones de votación y las campañas en las redes sociales pueden ser herramientas valiosas para empoderar a los ciudadanos/as y mejorar su participación en el proceso democrático.

Razones por las que estas tecnologías no empoderan

Las aplicaciones para votar y las campañas en las redes sociales pueden tener efectos tanto positivos como negativos en el empoderamiento de los ciudadanos/as. He aquí algunas razones por las que no siempre empoderan a los ciudadanos/as:

Razones por las que las aplicaciones de votación y las redes sociales no conducen al empoderamiento de los/as votantes

Brecha digital:

- No todos los ciudadanos/as tienen el mismo acceso a la tecnología y a Internet. Las aplicaciones para votar y las campañas en las redes sociales pueden excluir a quienes carecen de los recursos necesarios o de conocimientos digitales, privándolos potencialmente de sus derechos; por ejemplo, las personas ancianas, las desfavorecidas social o económicamente, las discapacitadas, o las procedentes de otras culturas (poder, sistemas, ética, equidad).

Criterios del NS: equidad, aceptabilidad, ética

Manipulación e información errónea:

- Las campañas en las redes sociales pueden ser manipuladas por individuos o grupos con intereses creados, que difunden información errónea o desinformación. Esto puede inducir a error a los ciudadanos/as y obstaculizar su capacidad para tomar decisiones con conocimiento de causa (poder, sistemas, ética, valores, transparencia).

Criterio del NS: ética

Cámaras de eco:

- Las redes sociales suelen reforzar las creencias preexistentes de los usuarios/as, creando cámaras de eco en las que a los ciudadanos/as se le da una gama limitada de perspectivas. Esto puede desalentar el diálogo abierto y el pensamiento crítico (valores).

Criterio del NS: ética

Preocupaciones sobre la privacidad:

- Las aplicaciones de votación y las plataformas de redes sociales pueden suscitar inquietudes sobre la privacidad de los usuarios/as y la seguridad de los datos. Los ciudadanos/as pueden dudar en participar plenamente si temen que su información personal esté en peligro (privacidad, anonimato, ética).

Criterios del NS: aceptabilidad, ética

Participación superficial:

- Las campañas en las redes sociales pueden fomentar la participación pasiva, como darle a “Me gusta” o compartir una publicación, en lugar de un compromiso más activo y significativo en el proceso político. Las aplicaciones de votación también pueden simplificar el proceso de votación hasta el punto de que los ciudadanos/as pueden no comprender plenamente las cuestiones o a los candidatos/as (valores, ética).

Criterio del NS: ética

Corta capacidad de atención:

- Las redes sociales pueden contribuir a acortar los períodos de atención y a una comprensión superficial de cuestiones políticas complejas, lo que dificulta que los ciudadanos/as profundicen en los temas tratados (valores, ética).

Criterio del NS: ética

Manipulación digital:

- Las aplicaciones de votación y las campañas en línea son susceptibles de sufrir ataques informáticos y manipulaciones digitales, lo que puede socavar la integridad de las elecciones y los procesos políticos (sistemas, ética, seguridad, confianza, transparencia).

Criterio del NS: ética

Privación de derechos:

- En algunos casos, depender las herramientas digitales puede privar de derechos a quienes no pueden utilizarlas debido a discapacidades, edad u otras barreras (poder, sistemas, ética, valores).

Criterios del NS: equidad, ética

Despersonalización:

- El uso de la tecnología digital puede despersonalizar el proceso político, haciendo que parezca menos conectado y significativo para los ciudadanos/as. Esto puede dar lugar a la apatía y a un menor compromiso cívico (poder, sistemas, ética, valores).

Criterio del NS: ética

Falta de responsabilidad:

- Cuando las cosas van mal con las aplicaciones de votación o las campañas en las redes sociales, puede haber una falta de responsabilidad o transparencia a la hora de abordar los problemas y garantizar la imparcialidad (valores, ética, responsabilidad, transparencia).

Criterio del NS: ética

En resumen, aunque las aplicaciones de votación y las campañas en las redes sociales tienen el potencial de empoderar a los ciudadanos/as, también conllevan una serie de desafíos e inconvenientes que deben considerarse cuidadosamente para garantizar que, sin quererlo, resten poder o derechos a los ciudadanos/as. Tener en cuenta los beneficios y los inconvenientes es esencial para un proceso democrático más inclusivo y eficaz.

Palabras clave: *cambio, expresión, identidad, poder, espacios, sistemas, valores, ética, datos, diversidad, discriminación, participación política, pertenencia social o grupal, dilemas de los medios digitales, compartición rápida, autenticidad de los medios, redes sociales, análisis de datos, integridad de los datos, proceso de votación, equidad, transparencia, responsabilidad*

Utilice las bandas de puntuación de la página 13.

Se debe usar la siguiente banda de puntuación para las respuestas a la pregunta 3.

Prueba 3 del NS, pregunta 3	
Puntos	Descriptor de nivel
0	El trabajo no alcanza ninguno de los niveles especificados por los descriptores que figuran a continuación.
1–2	<ul style="list-style-type: none"> • La respuesta demuestra una comprensión limitada de las exigencias de la pregunta. • La respuesta tiene una pertinencia limitada. La respuesta es descriptiva y contiene principalmente generalizaciones sin fundamentar. • La respuesta tiene una organización limitada.
3–4	<ul style="list-style-type: none"> • La respuesta demuestra cierta comprensión de las exigencias de la pregunta. • La respuesta es mayormente descriptiva, y demuestra cierta evaluación, pero esta no es continua ni está bien fundamentada. • La respuesta está organizada parcialmente.
5–6	<ul style="list-style-type: none"> • La respuesta demuestra una comprensión adecuada de las exigencias de la pregunta. • La respuesta demuestra una evaluación adecuada que es pertinente y está fundamentada. • La respuesta está organizada adecuadamente.
7–8	<ul style="list-style-type: none"> • La respuesta está centrada y demuestra una comprensión profunda de las exigencias de la pregunta. • La respuesta demuestra una evaluación continua que es pertinente y está bien fundamentada. • La respuesta está bien estructurada y organizada eficazmente.

4. El Concejo de Danton ha pedido a Luis Cortez, alcalde de Danton, que elija entre dos intervenciones para abordar el desafío de la baja participación de los/as votantes jóvenes y de mayor edad:
- **Intervención 1:** Desarrollar una aplicación de votación para teléfonos inteligentes con tecnología de cadena de bloques para permitir a la ciudadanía votar a distancia.
 - **Intervención 2:** Llevar a cabo en las redes sociales una campaña de concienciación sobre el voto para animar a la ciudadanía a participar en el proceso electoral.

Recomiende cuál de las intervenciones debería elegir Luis.

[12]

Intervención 1: Desarrollar una aplicación para teléfonos inteligentes con tecnología de la cadena de bloques

Ventajas

- Las personas jóvenes están acostumbradas a utilizar aplicaciones, por lo que estarían familiarizadas con este enfoque (sistemas, viabilidad, accesibilidad). Criterios del NS: aceptabilidad, viabilidad.
- No es necesario disponer de espacios físicos a los que los/as votantes deban acudir (espacios, sistemas, costo, viabilidad, equidad). Criterios del NS: costo.
- Opciones lingüísticas o funciones de habla: podrían mejorar la accesibilidad y, por tanto, que haya un aumento de votantes tanto entre las personas mayores como entre las personas jóvenes (accesibilidad, equidad). Criterios del NS: equidad, aceptabilidad, viabilidad, innovación.
- El ahorro de costos a largo plazo para el Gobierno local se verá en los años siguientes debido a los no incurridos por el papel o la votación física (costo, cambio). Criterios del NS: costo, innovación.
- Los/as votantes no tendrán que desplazarse para votar, con el consiguiente ahorro en gastos de viaje y tiempo (costo). Criterios del NS: costo.
- La reducción del voto en papel será beneficiosa para el medio ambiente (sostenibilidad). Criterios del NS: innovación, ética.
- La cadena de bloques permitirá una mayor seguridad y transparencia, reducirá la manipulación de los votos, y los/as votantes tendrán una mayor confianza en el sistema (Fuente B) (sistemas, viabilidad, innovación, ética). Criterios del NS: aceptabilidad, innovación, ética.
- El voto a distancia con una aplicación permite un voto más privado. Los/as votantes no sufrirán acoso por sus decisiones de voto (espacio, ética). Criterios del NS: ética.

Desventajas

- No todos los/as votantes podrán utilizar la aplicación si no está disponible y probada en todas las tiendas de aplicaciones (sistemas, accesibilidad, equidad). Criterios del NS: equidad, viabilidad.
- La brecha digital puede limitar a las personas mayores a la hora de votar utilizando la aplicación para teléfonos inteligentes si no disponen de un teléfono compatible o no tienen acceso a la tienda de aplicaciones (Fuente C) (equidad, sistemas). Criterios del NS: equidad, viabilidad, ética.
- Las pantallas de los teléfonos pueden ser demasiado pequeñas para que las personas mayores vean claramente las opciones de voto, o puede que no tengan la destreza manual para elegir el voto que desean (accesibilidad) (Fuente C). Criterios del NS: equidad, viabilidad, ética.
- Es posible que las personas mayores carezcan de conocimientos digitales y no puedan descargar y utilizar la aplicación de votación (Fuente C) (accesibilidad, equidad, viabilidad). Criterios del NS: equidad, viabilidad, ética.

- Si no se da publicidad a la aplicación, es posible que los/as votantes no sepan que existe y, por lo tanto, el concejo habrá malgastado el dinero en desarrollar la aplicación (costo). Criterios del NS: costo.
- Las aplicaciones de votación son relativamente nuevas y la falta de confianza puede hacer que los/as votantes no estén dispuestos a utilizarlas (Fuente D) (sistemas, aceptabilidad, ética, confianza). Criterios del NS: aceptabilidad, ética.
- El costo a corto plazo de desarrollar y probar la aplicación será considerable y las soluciones de copias de seguridad también pueden ser costosas (costo). Criterios del NS: costo.
- Las personas mayores pueden echar de menos la interacción social que supone ir a depositar un voto (Fuente C) (valores). Criterios del NS: ética.
- ¿Cómo pueden estar seguros los/as votantes de que no hay sesgo en los algoritmos de votación, ya sea deliberado o accidental (filtración de datos)? (sistemas, transparencia, ética, valores, equidad, viabilidad). Criterios del NS: aceptabilidad, ética.
- ¿Cómo pueden estar seguros los/as votantes de que se han realizado pruebas adecuadas de la aplicación y de que será fiable el día de la votación? (Fuente B) (sistemas, viabilidad, confiabilidad). Criterios del NS: aceptabilidad, ética.
- Será necesario emplear tecnologías adicionales para proteger los datos almacenados para evitar que haya filtraciones de datos (sistemas, ética, costo, viabilidad) Criterios del NS: costo, ética.
- Pueden surgir inquietudes sobre cómo se utilizan los datos obtenidos en la aplicación: quién tiene acceso a ellos, cómo se verifica, y si su anonimato puede estar en peligro (Fuente D) (privacidad, anonimato, ética). Criterios del NS: aceptabilidad, ética.

Intervención 2: Llevar a cabo en las redes sociales una campaña de concienciación sobre el voto

Ventajas

- La campaña puede difundirse a través de múltiples plataformas y llegar a un público amplio (Fuente D) (equidad, sistemas, accesibilidad). Criterios del NS: equidad, innovación.
- La campaña tiene potencial para promover la inclusión, por ejemplo, en varios idiomas, y la traducción de idiomas puede ayudar a difundir el mensaje a un público más amplio (sistemas, equidad, inclusividad). Criterios del NS: equidad, innovación.
- El costo financiero de una campaña en las redes sociales es relativamente bajo y la puede realizar el personal de marketing existente (costo). Criterios del NS: costo.
- Para los seguidores/as existentes en las redes sociales, puede ayudar a difundir el mensaje (Fuente D) (accesibilidad, viabilidad). Criterios del NS: viabilidad.
- Las campañas en las redes sociales no requieren mucha capacitación digital para recibir los mensajes (viabilidad, capacitación). Criterios del NS: viabilidad.
- Las redes sociales son una forma de comunicación bien establecida y pueden proporcionar interactividad que impulsará la participación ciudadana (sistemas, innovación, participación). Criterios del NS: aceptabilidad, viabilidad.
- El contenido multimedia puede tener éxito a la hora de educar y cambiar la mentalidad de los ciudadanos/as sobre votar (Fuente D) (cambio, valores). Criterios del NS: innovación.

Desventajas

- No todas las personas mayores utilizan las redes sociales, y pueden preferir las comunicaciones tradicionales, como los periódicos o la televisión, y no recibirán los mensajes de la campaña (expresión, equidad). Criterios del NS: equidad.

- Una campaña en las redes sociales no tendrá necesariamente éxito a la hora de persuadir a los/as votantes para que participen en la votación y podría considerarse un despilfarro de dinero (costo). Criterios del NS: costo.
- Una campaña en las redes sociales puede tener éxito a la hora de persuadir a los/as votantes, pero puede no incitar a los usuarios a actuar (costo). Criterios del NS: viabilidad.
- Las campañas en las redes sociales solo ofrecen una solución a corto plazo y tendrán que repetirse (costo). Criterios del NS: costo, viabilidad.
- Puede que las personas jóvenes ya sean adictas a las redes sociales y las campañas políticas pueden exacerbar esta situación, y contribuir a la adicción (valores, ética). Criterios del NS: ética.
- Puede ser difícil acceder a otras burbujas de filtro/cámaras de eco y, por tanto, no tener el impacto positivo deseado de la campaña (valores). Criterios del NS: viabilidad.
- Pueden existir problemas de privacidad si se utiliza el marketing dirigido (ética). Criterios del NS: ética.
- El riesgo de difusión de información errónea es elevado en las plataformas de las redes sociales (Fuente D) (sistemas, valores, aceptabilidad). Criterios del NS: ética.

En resumen, aunque las aplicaciones de votación y las campañas en las redes sociales tienen el potencial de influir en el proceso de votación, ambas tienen sus ventajas y desventajas.

Ambas intervenciones atraerían a las personas jóvenes, ya que son usuarias nativas tanto de las aplicaciones como de las redes sociales. Las campañas en las redes sociales pueden inspirar a las personas jóvenes a votar, pero con la cantidad de información errónea y de campañas políticas que no son auténticas, podría haber un alto nivel de desconfianza. Además, la campaña en las redes sociales podría no ser suficiente para promover la acción. En cambio, la aplicación de votación será cómoda de usar y requiere poco esfuerzo para votar. Sin embargo, si las personas jóvenes no conocen la aplicación, es posible que no la descarguen ni la utilicen.

Las personas mayores reaccionarán de forma diferente tanto a la campaña en las redes sociales como a la aplicación de votación. Habrá algunas personas mayores que accederán a las campañas de concienciación en las redes sociales si el Gobierno local investiga bien su mercado y se dirige a las plataformas adecuadas. Esta campaña puede ser suficiente para animar a las personas mayores a ir a votar, al tiempo que se benefician del aspecto social de depositar un voto físico y mantienen la confianza en el sistema existente a la que están acostumbrados. Sin embargo, la aplicación de votación puede resultar demasiado problemática para las personas mayores, dada la brecha digital y la tecnología. Mientras que algunas de estas personas pueden contar con el apoyo de su familia para depositar el voto, hay muchas otras que están solas.

Palabras clave: Cambio, expresión, poder, espacios, sistemas, valores, ética, datos, aplicaciones, viabilidad, accesibilidad, equidad, costo, censura, autenticación, adicción, brecha digital, discriminación, innovación, participación.

Notas para los examinadores/as:

Preste atención a las respuestas que parezcan genéricas o ensayadas de antemano.

Consulte las bandas de puntuación en la página 17.

Se debe usar la siguiente banda de puntuación para las respuestas a la pregunta 4.

Prueba 3 del NS, pregunta 4	
Puntos	Descriptor de nivel
0	<ul style="list-style-type: none"> El trabajo no alcanza ninguno de los niveles especificados por los descriptores que figuran a continuación.
1–3	<ul style="list-style-type: none"> La respuesta demuestra una comprensión limitada de las exigencias de la pregunta. La respuesta contiene principalmente generalizaciones sin fundamentar con conocimientos pertinentes limitados. No se hacen recomendaciones, o las que se hacen tienen una fundamentación limitada. La respuesta tiene una organización limitada.
4–6	<ul style="list-style-type: none"> La respuesta demuestra cierta comprensión de las exigencias de la pregunta. La respuesta demuestra ciertos conocimientos, pero estos no siempre son pertinentes o precisos, y es posible que no se utilicen de manera apropiada o eficaz. Las recomendaciones se presentan con cierta fundamentación, aunque esta no es continua y solo es parcialmente eficaz. La respuesta está organizada parcialmente.
7–9	<ul style="list-style-type: none"> La respuesta demuestra una comprensión adecuada de las exigencias de la pregunta. La respuesta está fundamentada adecuadamente con conocimientos pertinentes y precisos. Se presentan recomendaciones y se fundamentan eficazmente. La respuesta está organizada adecuadamente.
10–12	<ul style="list-style-type: none"> La respuesta está centrada y demuestra una comprensión profunda de las exigencias de la pregunta. La respuesta está bien fundamentada en su totalidad con conocimientos pertinentes y precisos. Se presentan recomendaciones que están bien fundamentadas con una consideración clara de las posibles concesiones y repercusiones. La respuesta está bien estructurada y eficazmente organizada.
