

TITULO “Las prácticas cotidianas en la relación cyber ciudadano-Municipio”

APELLIDO Y NOMBRES: **Magíster Claudia Roxana DORADO**

mail: cladorado@yahoo.com

UNC Facultad de Derecho y Ciencias Sociales

Introducción

En esta ponencia se examina la participación ciudadana en las redes sociales, mas específicamente en Facebook.

Se parte del supuesto que en la “e-democracia” emerge una *nueva ciudadanía*, no anclada necesariamente en una pertenencia nacional, portadora de derechos y obligaciones, que prioriza las cuestiones económicas- sociales sobre las políticas, y que es portadora del manejo de redes sociales.

Susana Villavicencio sostiene que el concepto de ciudadanía como un status unitario de iguales derechos y obligaciones con un anclaje de pertenencia nacional está en crisis o por lo menos está siendo cuestionado. Sostiene además que el concepto de ciudadanía no tiene un sentido fijo, sino que históricamente ha ido adquiriendo distintas dimensiones. Así en distintas épocas históricas ser ciudadano era tener derechos políticos, luego sociales, derechos de primera, segunda o tercera generación. También el ser ciudadano, implica una distinción entre lo que “son ciudadanos” y los que “no lo son”, implica una cierta discriminación, y a veces es sutil pero otras es mucho mas fuerte y no disimuladas, como el tratamiento diferenciado entre el ciudadano europeo y el extranjero, el que es expulsado o no se le permite el ingreso a cierto país de la Unión Europea.

Sostiene Susana Villavicencio que en sus orígenes clásicos la ciudadanía implica participación igualitaria, entre hombres libres, aunque había excluidos; en tanto que en la Edad moderna, todos los hombres son libres e iguales por derecho

natural y las desigualdades políticas entre gobernantes y gobernados son convencionales. Entonces se cuestiona ¿porqué está en crisis el concepto de ciudadanía? Aclarando que este concepto está siendo criticado tanto por la tradición marxista como por el propio sistema democrático. No obstante ello, se erige un concepto distinto, con el fenómeno de la globalización el de “**nueva ciudadanía**”. El cual tampoco es un concepto unívoco, ya que incluye tanto asociaciones organizadas como no, demandas de justicia, acciones de control del mercado hasta el impacto de los medios en la creación de formas sociales de control de los actos y de los funcionarios de gobierno.

La nueva ciudadanía incluye entonces al usuario, consumidor responsables y al contribuyente, y nos hace pensar en que existe una sociedad civil ideal (donde hay una participación ciudadana activa y democrática) y una real (que es donde se desarrolla la nueva ciudadanía) y en donde no necesariamente le interesan las cuestiones políticas, sino mas bien las cuestiones sociales o económicas.

Partiendo del supuesto de que nuestro **mundo de vida cotidiana** es una textura de significados que deben ser reinterpretados para poder actuar, es posible observar que con el auge de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, aparece un “cyber ciudadano”, que se acerca al concepto de “nuevo ciudadano”, pero que es mucho mas pragmático, como consecuencia del proceso de la globalización.

Por lo tanto los actores sociales forman parte de sociedades reales pero también virtuales. En las sociedades virtuales las nociones de tiempo/espacio no son reales, y lo importante es tener presencia en la red, estar conectados y actualizados.

Además la presencia o no en la red, aumenta las distancias o la brecha entre quienes están o no globalizados. Como sostuvo Zygmunt Bauman esto da lugar a que algunos vivan globalizados, otros condenados a la localidad y otros “glocalizados” y ser local frente a lo global, es a veces sinónimo de penuria y degradación local.

En el cyber espacio, los actores sociales pueden desarrollar prácticas similares a las que realizan en la vida cotidiana, pero aún más en la comunicación virtual se desarrollan símbolos, rituales, lenguajes, convenciones, reglas, normas y hasta lazos sociales sui generis (Noblia María Valentina; 2000).

A partir de 1995 aparecieron en Internet las redes sociales, encontrándose Facebook entre una de las más usadas, ya que tenía en octubre del año 2012, 1000 millones de usuarios (de los cuales 600 millones son usuarios móviles).

La Cyber política

Los actores sociales hacen uso de las nuevas tecnologías de la comunicación e información para intervenir en la Sociedad civil. La sociedad civil es un espacio de interacción que se caracteriza por no pertenecer al Mercado ni al Estado.

El actor social, en cuanto cyber ciudadano, no es más un status unitario de derechos y obligaciones con anclaje nacional, sino un “usuario responsable, consumidor y contribuyente” sin una necesaria pertenencia nacional. Las pertenencias ya no son por una Nación sino dentro de una red social, o dentro de determinados grupos o blogs en el cyber espacio, y esa pertenencia contribuye a mantener y afianzar una “identidad” en la red. Además el hecho de estar conectado, es sinónimo de actualidad y lleva a reconfigurar las prácticas cotidianas.

De allí que estos actores ó ciudadanos actúan en la “e-democracia”.

La “**e-democracia**” es caracterizada por **Lucas Jolías y Alejandro Prince**(2011) como *“...una forma híbrida de la democracia moderna y constitucional; más participativa y más semidirecta, gracias a la utilización de las TICs, los new media y las redes sociales...”*

En el plano político las tecnologías :

- *Pueden ser una herramienta central para el control y la mayor participación ciudadana...*
- *Las TIC permiten una mayor acceso a la información pública elevando los pisos de la legitimidad y la gobernabilidad...*
- *La e-democracia se vincula con el gobierno digital, que debe tender a la inclusión de ciudadanos...conectividad...*
- *Las TICs pueden mejorar la comunicación entre ciudadanos, legisladores, funcionarios y gobernantes.....”(pp.9).*

Para que la “e-democracia” sea posible es necesario que todos puedan participar en el cyber espacio ó como sostuvo Susana Finquelevich de que se asegure la participación de los ciudadanos en el cyber espacio, proponiendo una Declaración Universal de los derechos del ciudadano en el cyber espacio.

Las redes sociales y política

Los candidatos políticos de los distintos partidos políticos utilizan las redes sociales más populares, como Facebook y Twitter, actualizando en tiempo real sus "estados" e informando sus acciones como un nuevo modo de hacer política y de estar “presente ó tener visibilidad” frente a sus futuros electores. Esto es coincidente con lo sostenido por John Thomson (citado por Fonseca Barbosa Ribeiro Carina et al 2011) en el sentido de que la visibilidad de los líderes políticos antes era face-a-face y con el advenimiento de las NTIC se da la novedad de que los mismos llegan a regiones muy distantes, con ninguna o casi ninguna diferencia temporal. Por lo tanto la visibilidad face-a-face es reemplazada por esta nueva visibilidad dada por la red, en donde no existirían diferencias temporales ni espaciales, y en donde las prácticas sociales serían “reconfiguradas”.

Así Carina da Fonseca Barbosa Ribeiro y Erica Anita Baptista Silva(2011) se cuestionan cuáles son los factores determinantes del voto en Brasil y sostienen que debido al creciente espacio que internet viene ocupando actualmente en la vida cotidiana de los brasileños, es posible que ésta red influya en la formación de las preferencias y las posibles tomas de decisión de los electores.

Así cabe mencionar como ejemplo el uso de las redes sociales por parte de Dilma Rousseff en Brasil en el año 2010, y como la red tuvo un efecto positivo para su campaña presidencial, aunque no determinante.

Cabe destacar que la participación de la ciudadanía y el interés que genera esta nueva forma de comunicación modifican el concepto mismo de ciudadano y de participación política. Sin embargo, no es algo menor preguntarse sobre el acceso a internet que posee la población para poder adherirse a este fenómeno cibernético En Argentina una parte de la población accede a internet pero otra no, y lo mismo sucede en Brasil, donde el 87% de los internautas tienen el hábito de participar de las redes sociales (como mencionan Baptista Silva, E y Carina da Fonseca Barbosa Ribeiro; 2011).

En Facebook no solo encontramos las páginas de los candidatos políticos, sino que los militantes abren otras páginas para ellos y sus opositores también (Dorado; 2011).

En Córdoba encontramos que la Municipalidad tiene su portal digital y también su página de Facebook y de Twitter, tal como puede observarse en el siguiente cuadro.

Cuadro: Análisis del Muro de la Municipalidad de Córdoba en Facebook

Muro	de	Cantidad de comentarios	Le gusta

Facebook		
Cantidad de noticias		
1	4	12
1	1	5
1	2	21
1	1	10
1	-	23
1	-	8
1	-	4
1	1	3
1	1	15
1	2	2
1	8	17
1	3	4
1	3	5
1 video	-	14
1	15	24
1	3	8
1	-	4
1	11	5
1	-	-
1	-	-
1	2	4
1	3	5

1video	1	7
Total: 23	Total:61	Total: 200

Tal como se observa en el cuadro solo adhieren a la página de Facebook 3.161 (hoy son 3.416 usuarios) personas, lo cual representa un 0,15% de la población, lo cual es muy bajo, pero también se relaciona con el acceso a internet.

En el Muro se observa el logo del municipio, a la derecha publicidades, y dos columnas de publicaciones (que incluyen noticias y algunos videos) con comentarios. Las publicaciones, solo permiten tres opciones: me gusta, comentario y compartir. La no adhesión solo puede ir en los comentarios. Para usar la opción de “me gusta” basta un solo clic, lo mismo para compartir con el grupo de amigos.

Tal como se observa en el cuadro cada una de las publicaciones (noticias,incluyendo videos) ha recibido por lo menos 2,6 comentarios, y casi 8,7 adhesiones. Los comentarios son mas interesantes a los fines del análisis, ya que hay tanto comentarios positivos o de apoyo a la gestión, así como negativos.

En el Muro del Municipio de Facebook se hace referencia a obras, emprendimientos, actividades culturales, eventos, festejos, arreglo de plazas, etc.

En twitter la información se puede visualizar desde una ventana del portal digital de la Municipalidad, pero para participar hay que acceder al twitter, y los mensajes son mas cortos que en Facebook y con otras características, principalmente son mas concretos.

El portal digital de la Municipalidad es interactivo, con múltiples ventanas, secciones, links de accesos a servicios, mensajes, facebook, twitter, you tube, entre otros.

El hecho de que el Municipio tenga presencia en la red, y en Facebook y Twitter es algo novedoso, se relaciona con la necesidad de visibilidad política, y con la e-democracia.

Para Gibson y Ward(citados por Baptista Silva et al (2011) internet reformula la naturaleza de la comunicación, en cuanto a la cantidad de información que se puede ver, la velocidad de acceso a esa información, la reformulación al formato mutimedial, la posibilidad de interacción y el control individual, donde el destinatario elige lo que desea o no ver.

La Municipalidad en Facebook

La gestión de la Municipalidad de Córdoba cuenta oficialmente con tres Fan Page. Las fan Page son micro sitios dentro de la misma plataforma de Facebook, creados para marcas, empresas, productos, negocios, etc. donde los usuarios se pueden sumar a esos micrositios poniendo “Me Gusta” y enterarse de las novedades que allí se vayan posteando. Las tres Fan Pages de la municipalidad son de la **Secretaría de Prensa**, de la **Secretaría de Cultura** y de la **Secretaría de Turismo**. Cada una cuenta con su propio micro sitio y ambas 3 presentan los colores y los logos institucionales.

Empezamos con el análisis de la Fan **Page de la Secretaría de Prensa**. En el encontraremos una foto de portada con una foto del Cabildo y la Catedral ubicados en el centro de Córdoba, haciendo alusión a dos lugares muy arraigados a la ciudad. Acompañando a esta foto de portada se puede ver el logo de la Municipalidad de Córdoba. Al acceder a la información de la Fan page, no da su ubicación en la calle Marcelo T. de Alvear 120, que es donde está localizada el Palacio 6 de Julio y un Teléfono de contacto. No se brinda información de las autoridades, de horarios de atención, ni siquiera de algún otro medio de contacto. Según varios manuales y consejos sobre la buena utilización de las fan page se recomienda brindar la mayor cantidad de información posible para permitir a los usuarios encontrar mejor la información, además a esto es importante sumar que se trata de un organismo público y por ende con más razón la información brindada debería ser lo más completa y acertada posible.

En el timeline (espacio de publicación de novedades, ordenadas cronológicamente) de la Fan page de la secretaría de prensa de la Municipalidad de Córdoba, se pueden visualizar varias historias referidas a las distintas acciones que ha realizado la actual gestión municipal. Las mismas están organizadas de modo cronológico presentando en la parte superior las mas recientes.

Luego del primer post se ve un espacio, donde se puede leer un título que dice “**recomendaciones**” allí encontramos un espacio para que los usuarios de Facebook puedan dejar un mensaje a la secretaría. Allí vemos los mensajes de varios usuarios, la mayoría realizando reclamos o presentado quejas respecto a diferentes motivos. Sin embargo, todos los mensajes enviados carecen de alguna respuesta, por lo que da a entender que este no es una vía de reclamos o de consultas. Aunque el sitio cuenta con un espacio concreto para el envío de mensajes privados, desconocemos si estos reciben respuesta o no ya que no es un espacio visible para toda la comunidad.

Pasando a la sección de pestañas de la Fan Page, encontramos que el micro sitio cuenta con diez pestañas entre las que encontramos: **Fotos** (aquí están todas las fotos que se han ido cargando, ya sea en una post o en los álbumes), **Me Gusta** (Cantidad de usuarios que han hecho clic en Me Gusta), **Mapa** (donde aparece geolocalizada la municipalidad en un mapa interactivo), **Bienvenidos** (donde encontramos un hoja de html estático con un mensaje que nos informa de que se trata este micro sitio y el cual nos invita a participar porque su opinión les interesa), **Contactanos** (un formulario de contacto que no explica con que intenciones esta allí), **Municba Tv** (Canal de Youtube inserto en el micro sitio para poder ver los videos que son cargados en el canal de Youtube de la Municipalidad), **Localización** (Nuevamente otro mapa interactivo de lugar donde se encuentra la secretaría de prensa), **Notas** (un listado de noticias y novedades en formato de Blog), **Twitter** (Aquí vemos el listado de los tuits que envía la municipalidad a través de su cuenta de Twitter) y **Eventos** (Listado de eventos futuros y pasados que ha organizado la municipalidad y donde los usuarios pueden indicar si asistirán o no)

En este espacio digital, la comunicación está más abierta respecto al sitio web institucional, ya que los usuarios tiene más canales o espacios para dejar su comentario, crítica o reclamo. Sin embargo, carecemos de recursos para saber si estos espacios están destinados realmente a recibir este tipo de consultas por parte de los usuarios.

Fan Page Secretaría de Cultura

Al igual que en la Fan page de la Secretaría de Cultura, la misma cuenta con una imagen de portada aunque en este caso es diferente a la anterior, ya que promociona distintos eventos de cada mes, en el caso del mes Octubre desde principio de mes se promocionó llegar al Fan 5.000 y luego se fue promocionando las distintas actividades musicales de cada mes, como el Griego Rock y Tu barrio en escena. Además de la foto de portada, podemos apreciar en su foto de perfil, el logo institucional de la municipalidad y los colores institucionales de la actual gestión.

La Fan Page de la Secretaría de Cultura cuenta con una breve descripción de sus objetivos y presenta algunos de los datos de contacto, como el teléfono y un mail, además de sugerir ingresar al sitio web institucional de la municipalidad. Aunque la información brindada es poca, cuenta con más información que la Fan page de prensa.

Al mismo tiempo, el micrositio en Facebook posee cinco pestañas o Fan Tabs. En ellas encontramos: **Fotos** (donde se puede ver el historial de fotos y álbumes cargados por la secretaría), **Me Gusta** (donde encontramos la cantidad de usuarios de Facebook que han puesto Me gusta a esta Fan page), **Mapa** (que nos muestra en un mapa virtual donde se encuentra ubicada la secretaría) **Eventos** (nos presenta los futuros eventos organizados por la municipalidad y dicha secretaría, donde podemos indicar si asistiremos o no) y por último, **Notas** (Donde se muestran una serie de notas al estilo de un blog con crónicas, noticias y novedades).

La participación que hay en la página es bastante baja, los usuarios puede realizar comentarios a las novedades que se van publicando, indicar que les gusta y/o compartir

dicha novedad. No existe algún formulario de contacto que nos permita directamente ponernos en contacto con la secretaría de cultura, aunque no sea obligatorio.

Secretaría de Turismo

La Secretaría de turismo también cuenta con su propia Fan Page y posee algunas características similares a las fan pages anteriores. En primer lugar, en su foto de portada donde se puede apreciar una imagen de muy buena calidad del pabellón de las Brujas en Ciudad Universitaria, conjuntamente con una imagen de la Secretaria de Turismo con los colores institucionales de la actual gestión de la Municipalidad.

En la información brindada en esta Fan page podemos encontrar, la Misión de la Secretaría, los horarios de atención al público, el número de teléfono con sus respectivos internos, una dirección de correo electrónico y una referencia al sitio web institucional de la Municipalidad. En diferencias con las fan page anteriores, esta no tiene un mapa que nos indique donde se encuentra ubicada o la dirección del lugar.

La fan page de la Secretaría de Turismo cuenta con seis Fan Tabs. Allí encontramos **Fotos** (donde se puede ver el historial de fotos y álbumes cargados por la secretaría), **Me Gusta** (donde encontramos la cantidad de usuarios de Facebook que han puesto Me gusta a esta Fan page), **Escribenos** (donde hay un formulario de contacto para que enviemos nuestro mensajes y al mismo tiempo podemos encontrar la dirección de la Sectertarí), **Notas** (Donde se muestran una serie de notas al estilo de un blog con crónicas, noticias y novedades), **Canal Youtube** (donde vamos a encontrar los videos de la Secretaría de Turismo que son cargados en su canal propio en You tube y por último **Twitter** (donde hay un muro con los últimos ocho tuits que realizó la cuenta de turismo en twitter).

En este caso los medios de participación que tiene la comunidad son similares al caso anterior, aunque en esta oportunidad se deja un formulario de contacto que permite, en teoría, mandar mensajes directos al correo de la Secretaría de Turismo. Este canal seguramente esta pensado para posibles turistas que quieran obtener información sobre la ciudad y su alojamiento.

Se ha sostenido que en internet los actores sociales pueden realizar las mismas acciones que desarrollan en la vida cotidiana, y que es aún mejor en el sentido de que no hay limitaciones, discriminaciones ó prejuicios. Sin embargo el uso de las NTIC s llevan a una reconfiguración de las prácticas cotidianas, ya que si bien no hay discriminaciones o barreras, falta lo paralinguístico que es reemplazado por otros códigos elaborados en la red.

En internet se ha sostenido que se pueden realizar las mismas acciones que desarrollan en la vida cotidiana, y que es aún mejor en el sentido de que no hay limitaciones, discriminaciones ó prejuicios, que se pueden colocar las mejores

fotografías o visibilizar lo mas interesante de nuestras personalidades; en tanto que otros sostienen que si existen barreras, discriminaciones y que falta lo “paralingüístico”. A esto habría que agregarle el problema de los delitos informáticos a través del uso de las redes.

Concluyendo

La participación política entendida como la intervención de los ciudadanos en los asuntos públicos, no se agota con la posibilidad de emisión del voto, de elegir o ser elegido, sino que hay múltiples maneras en las cuales se canaliza, como por ejemplo en el hecho de buscar los perfiles de los candidatos ó expresar adhesiones ó rechazos en las redes, o visitar el portal de la Municipalidad o visitar el Muro de la Municipalidad en Facebook. Cabe aclarar que el Municipio también tiene presencia en Twitter pero estamos en una fase inicial de la investigación.

Al igual que concluimos en una investigación realizada con los candidatos políticos a presidente, en la red es importante no solo la “visibilidad” de los candidatos, sino también la actualidad.

El uso de las redes sociales lleva a una reconfiguración de las prácticas políticas tradicionales, o a su desaparición.

Por último las NTICs contribuyen a profundizar distintos modos de participación política, y a que los ciudadanos en el cyber espacio se sientan libres para expresar ideas de adhesión ó rechazo a sus candidatos.

Bibliografía

Baptista Silva, Erica Anita y Carina da Fonseca Barbosa Riveiro(2011) "Internet na eleicao 2010: uso das redes sociais por Dilma Rousseff na campanha eleitoral" Ponencia presentada en el X Congreso Nacional de Ciencia Política, realizado en Córdoba del 27 al 30 de julio del 2011.

Bauman, Zygmunt (1999) "La Globalización. Consecuencias Humanas". Editorial Fondo de Cultura Económica.

Beck, Ulrich (1998) ¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización. Editorial Paidós.

Beresovsky, Alejandra(2009) "Enredados" en Revista Rumbos Número 310 del 02/08/09; pp.16.

Dorado Claudia (2010) Las nuevas tecnologías de la Información y comunicación y las identidades sociales: una mirada en el Bicentenario de la patria. Ponencia presentada en el Congreso 200 años, Medios, Comunicación y Cultura, ECI, UNC.

Enciclopedia Wikipedia en internet (2011) en [http; www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

Fink Andrés(2000) La Globalización y su historia, en el libro de María Laura Pardo(2000) "Globalización y nuevas tecnologías". Ed Biblos.

Jolíás Lucas y Alejandro Prince(2010) "Los nuevos medios y la participación política: un análisis empírico sobre el uso de internet en la política" Ponencia presentada en el X Congreso Nacional de Ciencia Política, organizado por la SAAP, Córdoba 27 al 30 de julio del 2011.

Noblia, María Valentina (2000) "Control y poder en los chats" en el libro "Globalización y nuevas Tecnologías". Editorial Biblos.

Robertson Robert (1992) Globalization.Social Theory and Global culture. Ed. Sage.