

REDCOM 2013

Departamento de Ciencias de la Comunicación

XV Congreso de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo de la República Argentina

San Salvador de Jujuy, 15,16 y 17 de Agosto del 2013

EJE TEMATICO 12: Multimedia y nuevas tecnologías

Coordinan: Leonardo Sosa(UNju) y Maximiliano Bron (UNLR)

**TITULO “Los nuevos modos de comunicación digital con el Municipio. Un estudio de caso”**

**Autor: Magíster Claudia Roxana DORADO**

**e-mail: [cladorado@yahoo.com](mailto:cladorado@yahoo.com)**

**UNC Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, ECI**

## **Introducción**

En esta ponencia se examina como las NTICs influyen en nuestros modos de comunicarnos, en cuanto ciudadanos ó “cyber ciudadanos” con el Municipio de la Ciudad de Córdoba.

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 económico- 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 lo que “no lo son”, implica una cierta discriminación, a veces es sutil, otras mucho mas fuertes y no disimuladas, que se vuelven ostensibles en la falta de derechos.

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, simples agrupaciones, demandantes 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, entre otros. La nueva ciudadanía incluye entonces al usuario, contribuyente y consumidor responsable, 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 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 más pragmático, como consecuencia del proceso de la globalización, y de las tecnologías disponibles, que se caracteriza por participar activamente en las comunidades virtuales que considera “afines”.

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. Algunos autores sostienen que ya no existen más las diferencias entre sociales reales o virtuales, porque son lo mismo. Lo cierto es que quienes participan en el portal de la Municipalidad de Córdoba o en las redes sociales de ésta, ya sea Facebook ó Twitter

En el cyber espacio, los actores sociales desarrollan prácticas similares a las que realizan en la vida cotidiana, se desarrollan símbolos, rituales, lenguajes, convenciones, reglas, normas y hasta lazos sociales sui generis (nos recuerda Noblia Maria Valentina; 2000). En el caso de los ciudadanos de Córdoba, cuando se relacionan con el Municipio se identifican y refuerzan sus identidades como “vecinos”.

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**

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 (“vecinos”, “vecinos de la zona sur”, por ejemplo). Además el hecho de estar conectado, es sinónimo de actualidad y lleva a reconfigurar las prácticas cotidianas, cuyas pertenencias en la red pueden ser múltiples.

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... (pp.9).

### **Las redes sociales y política**

Existe cada vez mas un uso político de las redes sociales. 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”.

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).

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**

Siguiendo el análisis realizado (con Gimena L. Navarro; Manuel Lada y C.Dorado; 2012) la gestión de la Municipalidad de Córdoba cuenta oficialmente con tres Fan Page.

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.

La Fan **Page de la Secretaría de Prensa**, posee una foto de portada con una foto del Cabildo y la Catedral ubicados en el centro de Córdoba. El hecho que el Municipio comparta fotografías exige una reinterpretación por parte de los ciudadanos, quienes pueden mencionar que les gusta, comparten, pero sólo pueden reinterpretar quienes tienen el stock o acervo de conocimiento o conocimiento a mano, disponible para interpretarlo.

En la información de la Fan page, no se brinda información de las autoridades, de horarios de atención, ni siquiera de algún otro medio de contacto.

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, sin embargo los mensajes enviados carecen de alguna respuesta.

En 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.

**Fan Page Secretaría de Cultura**

La Fan page de la Secretaría de Cultura posee una imagen de portada, aunque diferente de la mencionada antes, ya que promociona los distintos eventos del 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 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 Secretaría 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. A diferencia de las fan page anteriores, ésta 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 si bien la participación es baja, existe un formulario de contacto que permite a los ciudadanos mandar mensajes directos al correo de la Secretaría de Turismo, lo cual es beneficioso para los posibles turistas que quieran obtener información sobre la ciudad y su alojamiento.

### **Concluyendo**

Las nuevas tecnologías de la información y comunicación han modificado, y seguirán impactando, en los modos de comunicación del ciudadano con el Municipio. La participación ciudadana, no se agota con el uso de los mecanismos formales o



convencionales, sino que con el auge de las tecnologías van surgiendo nuevas modalidades, como reclamar al Municipio, valorar la gestión municipal, autoconvocarse como “vecinos” de un determinado sector de la ciudad para exigir respuestas al gobierno municipal, etc.

Si bien el Municipio de Córdoba, ha creado su portal digital, y posee además presencia o actualidad en las redes como Facebook y Twitter, las posibilidades de comunicación de los cyber ciudadanos son limitadas, ya que no reciben respuesta visible.

Lo interesante de los cyber ciudadanos, es que el contacto directo o cara a cara, no existe, y sin embargo se reconocen e identifican como miembros de una misma comunidad virtual.

## **Bibliografía**

Baptista Silva, Erica Anita y Carina da Fonseca Barbosa Riveiro(2011) “Internet na eleição 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.

Dorado Claudia, Navarro Gimena L. y Manuel Lada (2012) Informe preliminar Secyt.

Enciclopedia Wikipedia en internet (2011) en <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.