



Del Pizzo, Ignacio

Administración de redes sociales virtuales en instituciones gubernamentales locales : análisis del uso de Facebook por parte de la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Berazategui durante 2016



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Del Pizzo, I. (2018). Administración de redes sociales virtuales en instituciones gubernamentales locales: Análisis del uso de Facebook por parte de la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Berazategui durante 2016. (Trabajo final integrador). Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/775>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

Administración de redes sociales virtuales en instituciones gubernamentales locales: análisis del uso de Facebook por parte de la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Berazategui durante 2016

Trabajo final integrador

Ignacio Del Pizzo

ignaciodelpizzo@hotmail.com

Resumen

El presente Trabajo de Integración Final (TIF) se basa en el análisis del uso de Facebook por parte de la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Berazategui durante 2016, como caso de administración de redes sociales virtuales en instituciones gubernamentales locales. Elegimos Facebook por la variedad de recursos utilizados, cantidad y tipo de usuarios, usabilidad, estructura y por ser la que permite mayor interacción con los internautas. La Secretaría utiliza esta red social como medio de atención al público y para difundir sus tres ejes de acción: programa de educación no formal, agenda dinámica y gestión del patrimonio público.

Director: Murolo, Norberto Leonardo

Introducción

El presente Trabajo de Integración Final (TIF) se basa en el análisis del uso de Facebook por parte de la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Berazategui durante 2016, como caso de administración de redes sociales virtuales en instituciones gubernamentales locales.

Si bien el eje de estudio es el citado organismo, se propone con este TIF establecer pautas que colaboren a optimizar el uso de Facebook para incrementar el impacto de las propuestas que las instituciones gubernamentales culturales locales buscan difundir en la ciudadanía, teniendo como hipótesis que la mencionada red social virtual se configura como una herramienta eficaz para fortalecer los vínculos entre la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Berazategui y los habitantes del distrito.

Elegimos Facebook por la variedad de recursos utilizados, cantidad y tipo de usuarios, usabilidad, estructura y por ser la que permite mayor interacción con los internautas. La Secretaría utiliza esta red social como medio de atención al público y para difundir sus tres ejes de acción: programa de educación no formal, agenda dinámica y gestión del patrimonio público.

Es destacable también que esta herramienta implica erogaciones exponencialmente menores que el resto de las vías de comunicación implementadas por la Secretaría, situación que robustece su importancia, al tratarse de fondos públicos.

Desde marzo de 2014 trabajo en la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Berazategui y, desde abril de 2015, estoy a cargo de la administración de sus redes sociales virtuales. Lejos de ser únicamente una vía de difusión de actividades, mi desempeño se encolumna dentro del plan de comunicación integral de la gestión cultural de la ciudad.

A continuación, planteamos los objetivos y propósitos del presente TIF:

- Objetivo general

- Analizar críticamente el uso de Facebook de la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Berazategui durante 2016.

- Objetivos específicos

- Explorar las características de los diversos lenguajes que intervienen en la red estudiada: la fotografía, el audiovisual y el *flyer* (diseño gráfico).

- Analizar las características técnicas de Facebook que pueden ser aprovechadas por las instituciones gubernamentales culturales locales.

- Propósitos

- Fomentar el aprovechamiento de nuevas estrategias para robustecer los vínculos entre las instituciones culturales estatales y la ciudadanía.

- Contribuir al fortalecimiento de la comunicación virtual como herramienta de gran eficacia y bajos costos.

Estado del arte

Breve recorrido histórico del distrito

El distrito de Berazategui, que logró la autonomía de Quilmes el 4 de noviembre de 1960, se encuentra ubicado entre las capitales de Argentina -Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA)- y de la Provincia de Buenos Aires -La Plata-. Junto a otros 23 municipios compone el Gran Buenos Aires (GBA), el mayor conglomerado urbano del país, con una totalidad de alrededor de 13 millones de habitantes¹.

Se trata de un territorio heterogéneo, complejo, conflictivo y en permanente transformación, atravesado por fuertes tensiones sociales. En la actualidad, Berazategui cuenta con 320.224 habitantes².

Como desarrolla María Inés Criado³, resulta sustancial considerar estas variables a la hora de evaluar la decisión municipal de apelar a la gestión cultural como apuesta fuerte de la administración de las últimas tres décadas.

Algunos de los elementos que emergen con mayor evidencia a la hora de ponderar la evolución de la calidad de vida local son el aumento de su capacidad productiva y empleabilidad, fortalecimiento de las instituciones civiles, mejoras de los servicios públicos e infraestructura urbana y el desarrollo cultural.

Es menester señalar la temprana decisión, en contraposición de las políticas neoliberales aplicadas durante la década del '90, de municipalizar la totalidad de los servicios públicos, permitiendo crear un modelo de gestión con capacidad de sostener prestaciones municipales no solo en concepto de alumbrado, barrido y limpieza (ABL), sino también múltiples áreas fundamentales como salud, deportes, seguridad y cultura, entre otros.

El distrito está conformado por nueve localidades: Berazategui, El Pato, Gutiérrez, Hudson, Pereyra, Plátanos, Ranelagh, Sourigues y Villa España. El modelo contemporáneo de la comunidad local surgió de la mano de la inmigración europea de entreguerras, vinculada al trabajo fabril.

En las décadas del '50 y '60 esta fisonomía sociocultural se enriqueció con un nuevo desarrollo demográfico proveniente de las provincias del norte del país, como así también de Bolivia y Paraguay, de la mano de la expansión productiva de aquellos años. Más tarde, esta trama social entró en tensión con el proceso de desmantelamiento de la industria nacional evidenciada en los '80, cuando Berazategui, junto a los distritos del Conurbano

¹ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC). Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010.

² Ídem.

³ Criado, María Inés: "Hacia tres décadas de políticas culturales sostenidas. Experiencia de gestión de la Secretaría de Cultura y Educación de la Municipalidad de Berazategui". Ponencia presentada en el *Primer encuentro por el Día Nacional de la Gestión Cultural* en la Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV), 2015; y "Políticas culturales de la Municipalidad de Berazategui. Experiencias de gestión". Ponencia presentada en el *Seminario Internacional "Las políticas culturales locales: avances y avatares de una nueva ciudadanía"* en la Universidad Nacional de Tres de Febrero (UNTREF), 2015.

Bonaerense, compartieron un mismo relato de desocupación, marginalidad y exclusión social.

El cuadro de contrastes se agudizó en los '90 con el surgimiento de asentamientos de expulsados provenientes de la CABA y, en forma paralela, la conformación de nuevos modos de hábitat ligados a emprendimientos inmobiliarios de *countries* y barrios cerrados.

Planteos conceptuales

La gestión de la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Berazategui cuenta con un recorrido de casi 30 años. El comienzo de la institucionalización de la gestión cultural en el distrito comenzó con la creación de la Dirección de Cultura (conformada en 1976), que pasó a ser Dirección General de Cultura y Educación (1988), Subsecretaría de Cultura y Educación (1994) y Secretaría de Cultura y Educación (1997), hasta que a mediados de 2016 se constituyó la Secretaría de Cultura, momento en el que se formalizó la Secretaría de Educación.

Desde este particular contexto, la gestión cultural es entendida por la administración municipal berazateguense como un recurso estratégico capaz de mancomunar un proceso de desarrollo local a partir del “amor por lo propio”, la recuperación del sentido de pertenencia y una “voluntad de destino compartido” que otorgue identidad a la vida comunitaria. Las políticas culturales municipales son entendidas como una concatenación de acciones sostenidas en el tiempo destinadas a ampliar el ejercicio de los derechos culturales de la comunidad.

Su objetivo, entonces, es favorecer el desarrollo simbólico, garantizar la calidad y continuidad de la vida, fomentar la creatividad social, favorecer la propia identidad, resignificar los valores y saberes locales y ampliar las oportunidades de acceso al entero proceso cultural: formación, creación, producción y los consumos culturales.

Vistas así, las políticas culturales municipales adquieren igual legitimidad que las políticas de salud, protección del medio ambiente, desarrollo económico y planeamiento urbano, por ejemplo.

El gobierno local de Berazategui concibe la gestión cultural en términos amplios. Es tan cultural el atesoramiento inscripto en un hecho artístico, como las formas de interacción entre diferentes comunidades, la manera de resolver el vínculo con la naturaleza o la participación ciudadana en el espacio público.

Algunas de las estrategias que caracterizan el trabajo de la Secretaría son la consideración del entero ciclo vital para la participación cultural, descentralización operativa, gratuidad de los servicios, diversidad cultural y ampliación de la oferta con una siempre mayor pluralidad de propuestas y lenguajes expresivos.

La infraestructura cultural se compone de ámbitos polivalentes que articulan y potencian actividades de exhibición, museológicas y educativas, posibles gracias a la restauración y recuperación de espacios con carga significativa. Las sedes son pensadas como instituciones abiertas, con fuerte participación comunitaria e intrínseca relación con el espacio público.

La institución cuenta con cuatro Complejos Culturales Municipales, ocho Centros Culturales Municipales, tres museos, dos espacios de danza y un Centro Cultural Móvil. Se distribuyen en todo el territorio del distrito, lo que se evidencia en el siguiente listado:

- Complejos Municipales:

- “León F. Rigolleau” → Calle 15 entre 155 y 157 N° 5675, Berazategui
- “El Patio” → Calle 149 entre 15 y 15 A N° 1530, Berazategui
- “San Francisco” → Calle 23 y 149 y N° 2289, Villa España
- “Roberto De Vincenzo” → Calle 132 y 28 N° 2830, Ranelagh

- Centros Culturales Municipales:

- N° 2 “Círculo Italiano” → Calle 151 A entre Avenida Italia y 34 N° 3346, Villa España
- N° 5 Sociedad de Fomento “San Carlos” → Calle 103 entre 4 y 5 N° 449, Berazategui
- N° 6 Sociedad de Socorros Mutuos “La Humanitaria” → Calle Lisandro de la Torre entre 51 A y 52 N° 5190, Hudson
- N° 7 Centro de Jubilados y Pensionados “El Pato” → Calle 620 entre 522 y 523 N° 1893, El Pato
- N° 8 “Juan María Gutiérrez” → Calle 413 y 455, Gutiérrez
- N° 10 “12 de Octubre” → Calle 12 y 131 N° 1193, Berazategui
- N° 11 “Museo del Golf” → Calle 132 y 28 N° 2830, Ranelagh
- “Doña Conce y Don Santiago” → Calle 10 y 144 N° 4412, Berazategui

- Museos:

- Histórico y Natural → Calle 149 y 23 N° 2289, Villa España
- “César Bustillo” → Calle 43 entre 156 y 157 N° 5643, Plátanos
- Del Golf “Roberto De Vincenzo” → Calle 132 y 28 N° 2830, Ranelagh

- Espacios de danza:

- Tanguería “Buena Yunta” → Calle 146 entre 11 y 12 N° 1126, Berazategui
- Casa del Folclore → Calle 11 entre 148 y 149 N° 4839, Berazategui

La continuidad y diversificación del programa formativo en artes y oficios de la Secretaría de Cultura, implementado desde cinco Escuelas Municipales y múltiples Direcciones y Áreas con alrededor de 500 talleres y 10.000 alumnos por año, es una característica fundamental del proyecto cultural local, fortaleciendo un sistema de educación no formal inédito de Argentina.

A esto hay que sumar la realización de los grandes eventos, como el Salón Nacional de Creatividad y Expresión Artesanal, la Feria del Libro “LibrArte”, la Muestra Nacional “Berazategui Artesanías”, el Salón Nacional e Internacional de Vidrio el Bera Rock y la Muestra Anual Educativa (MAE).

Asimismo, consideramos relevante aclarar que la creciente cantidad de visitas de prestigiosas personalidades de la cultura nacional e internacional es un signo visible de la importancia que adquirió el trabajo del gobierno local en el campo de la cultura a lo largo de los últimos 30 años.

En el período analizado, la Municipalidad de Berazategui contaba con diversas Secretarías además de la de Cultura, a saber:

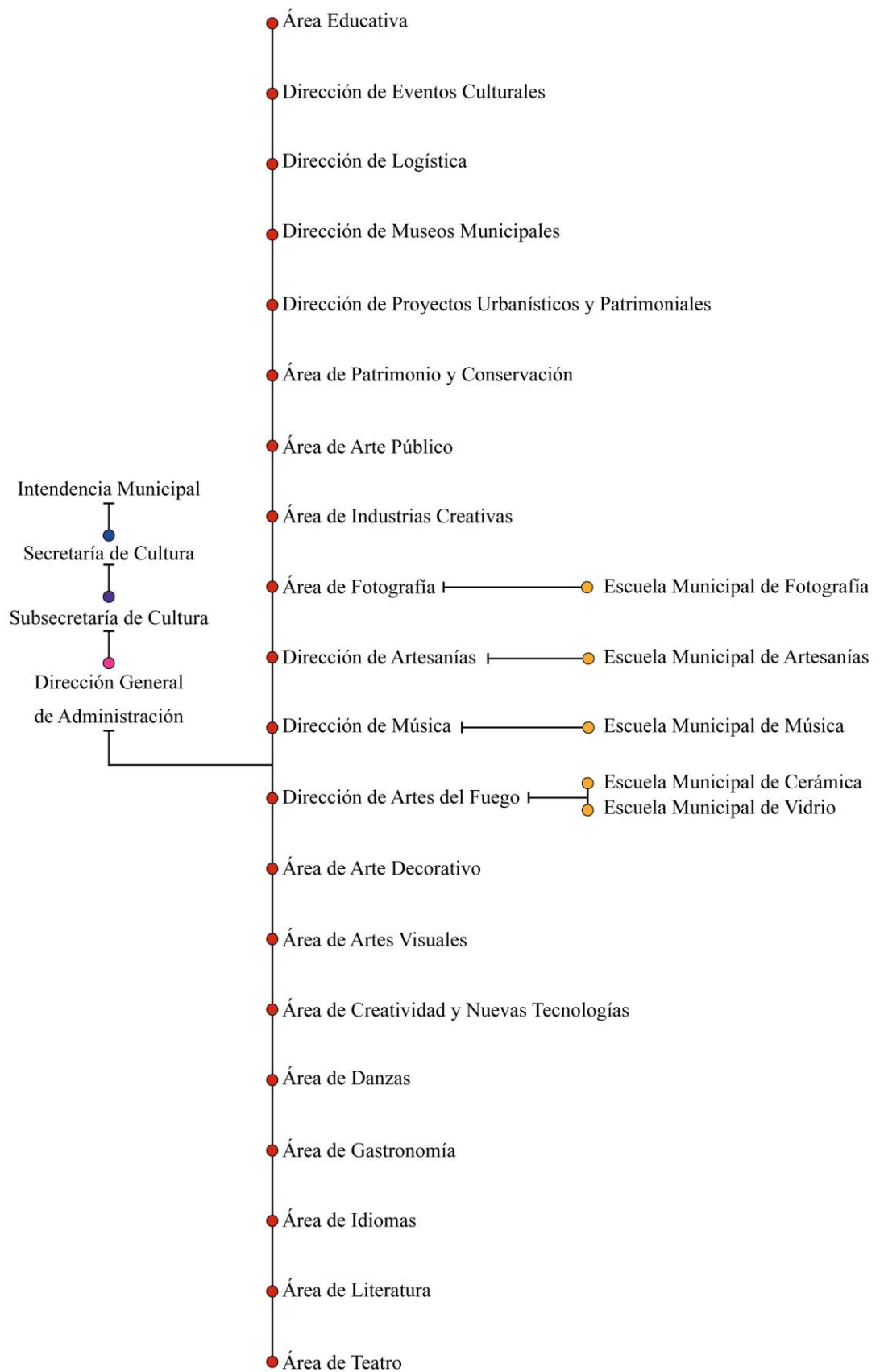
- Alumbrado Público
- Asesoría Letrada
- Comunicación Pública, Prensa y Ceremonial
- Desarrollo Social y Comunitario
- Gobierno
- Economía
- Educación
- Modernización del Estado
- Obras Públicas
- O.N.G.
- Políticas Socio-Educativas
- Producción y Empleo
- Salud e Higiene
- Seguridad
- Servicios Sanitarios
- Tierras y Hábitat
- Trabajo

La Secretaría de Comunicación Pública, Prensa y Ceremonial centraliza la comunicación institucional de toda la gestión local, incluyendo las redes sociales virtuales de la Municipalidad en general y del Intendente en particular. Las únicas excepciones son las redes de la Secretaría de Cultura -Facebook, Twitter y YouTube- y su portal web, debido a la dinámica propia de la cartera.

De todos modos, casi la totalidad de las publicaciones se basan en la difusión de piezas producidas por la Secretaría de Comunicación Pública, Prensa y Ceremonial, incluyendo *flyers*, fotos y videos.

A continuación, presentamos el organigrama de la Secretaría de Cultura⁴. Los únicos funcionarios públicos, además del Intendente Municipal -doctor Juan Patricio Mussi-, son el Secretario de Cultura -señor Federico Martín López- y la Subsecretaria de Cultura -licenciada María Inés Criado-. Luego, se ubica la Coordinadora General de Administración -señora Alicia Edith Müller- y, después, todas las Direcciones y Coordinaciones de forma completamente horizontal.

⁴ Elaboración propia.



Comunicación digital

Al 31 de diciembre de 2016, la página de Facebook “Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Berazategui” contaba con 43.010 seguidores.



De todos modos, queremos ponderar que el dato más relevante no es el cuantitativo, sino la respuesta que genera entre los usuarios –especialmente aquellos que son vecinos del distrito-. Uno de los pilares del proyecto cultural de Berazategui es el fortalecimiento de su vínculo con la ciudadanía, de ahí que la interacción con los internautas es clave en el presente análisis.

La institución analizada cuenta además con una página web propia (“berazategui.gov.ar/cultura”) y con perfiles en Twitter (“@CulturaBe”) y YouTube (“Cultura Berazategui”). El primero cerró 2016 con 6.704 seguidores; el segundo, con 351 suscriptores.

A continuación, presentamos capturas de pantalla para identificar estas herramientas de comunicación digital:

• Página web

CULTURA BERAZATEGUI Lunes 03 Abril 2017

INICIO INSTITUCIONAL AGENDA NOTICIAS EDUCACIÓN ESPACIOS CULTURALES ÁREAS CONCURSOS

Regalá Cultura

Tienda de artesanos y productores locales

¡Elegí objetos únicos con identidad regional!

Últimas noticias

G GESTIÓN

Participá de los Juegos Bonaerenses

Ver más

Eventos populares

P PATRIMONIO

Turismo y naturaleza

Comenzaron las inscripciones "Rock, imágenes y sonidos"

Los inmigrantes tendrán su fiesta en Berazategui

Regresa a Berazategui "Las aventuras de Pedro"

E EVENTOS

"Rock, imágenes y sonidos"

Sumate a Cultura

Conocé las actividades que tenemos para vos

Dirección electrónica

SUSCRIBIRME

Videos

V VIDEO

"Luca, la película"

V VIDEO

Cultura en movimiento

V VIDEO

Paseo del deporte - Jaquelina Abraham

V VIDEO

Editorial Municipal Ediber en Librarte 2016

Grandes eventos

B Bera Rock

F Feria del Libro de Berazategui

M Muestra Anual Educativa -MAE-

M Muestra Nacional Berazategui Artesanías

Salones

B Bienal Nacional de Arte Cerámico

S Salón Nacional de Creatividad

S Salón Final de Finales

S Salón Nacional Vidrio en el Arte

Propuestas culturales



- Twitter

Dec 2016 · 31 días

DATOS DESTACADOS DEL TWEET

Tweet principal tuvo 3.748 impresiones

Cada vez falta menos para la inauguración de un nuevo Salón Final de Finales. Te esperamos, ¡la entrada es libre y gratuita!
pic.twitter.com/1yez0BMVV



🔗 5 ❤️ 12

[Ver toda la actividad del Tweet](#)

[Ver la Actividad del Tweet](#)

Mención principal tuvo 23 interacciones

5 Pal Peso
[@Murga5PalPeso](https://twitter.com/Murga5PalPeso) · 10 dic.

¡Ya probando sonido! Todo listo para el festival en Berazategui. [@CulturaBe](https://twitter.com/CulturaBe) Hay entradas en puerta a \$60.
pic.twitter.com/gJKY1DdavU



🔗 2 ❤️ 3

[Ver Tweet](#)

Tweet con contenido multimedia principal tuvo 3.558 impresiones

Si construimos el espacio público, que sea entre todos.

[#Berazategui](https://twitter.com/CulturaBe) es arte.
pic.twitter.com/ksesqdwLdr



🔗 8 ❤️ 22

[Ver toda la actividad del Tweet](#)

[Ver la Actividad del Tweet](#)

RESUMEN DE DEC 2016

Tweets
76

Impresiones de Tweets
109 K

Visitas al perfil
3.323

Menciones
41

Nuevos seguidores
49

- YouTube



Cultura Berazategui

[Inicio](#) [Vídeos](#) [Listas de reproducción](#) [Canales](#) [Comentarios](#) [Más información](#) [🔍](#)

351 suscriptores • 75.592 visualizaciones
Fecha de creación: 8 abr. 2013



Descripción

Canal Oficial de la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Berazategui

-

Web: www.berazategui.gov.ar/cultura

Facebook: Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Berazategui

Twitter: @CulturaBe

-

Producciones Audiovisuales:

mail: audiovisual@culturaberazategui.gov.ar

Detalles

País: Argentina

Además, debido a la gran autonomía que genera el organigrama presentado más arriba, existen muchas páginas en Facebook, avaladas por las autoridades, que corresponden desde Direcciones, Áreas y Escuelas, hasta festivales, programas, competencias y productos culturales.

Al finalizar 2016, estaban activas las páginas de Facebook institucionales que se detallan a continuación; inmediatamente después, especificamos la cantidad de “me gusta” con los que contaba cada una de ellas al 31 de diciembre de ese año:

- “Museos de Berazategui” → 9.728
- “Turismo Cultural Berazategui” → 6.550
- “Bera Rock” → 6.539
- “Buena Yunta” → 3.485
- “Arte Público Berazategui” → 3.036
- “Industrias Creativas Berazategui” → 2.064
- “Escuela Municipal de Fotografía de Berazategui Página Oficial” → 2.528
- “Área de Teatro Berazategui” → 1.558
- “Artes Visuales Cultura Berazategui” → 1.374
- “Música Cultura Berazategui” → 883
- “Juegos Bonaerenses Cultura Berazategui” → 559

Entendemos que diversificar tanto la comunicación institucional en la misma plataforma –Facebook- no es una buena estrategia. Sin embargo, al ser avaladas desde la gestión, se trabaja en forma conjunta, arrojando a cada una de ellas cuando se relacionen con los contenidos publicados en el perfil de la Secretaría, y compartiendo algunas de sus publicaciones referidas a temáticas puntuales.

Estudios previos

La utilización de redes sociales virtuales es analizada por la mayor parte de la bibliografía desde una perspectiva macro, que tiende a situar el eje de discusión en los resultados cuantitativos que éstas puedan alcanzar como parte de estrategias de marketing –político o empresarial-.

Este TIF plantea otra búsqueda, alejada de las tendencias estipuladas por el mercado: pensar a las redes sociales virtuales como estrategias comunicacionales con un insoslayable potencial para fortalecer vínculos entre las instituciones locales y los usuarios de sus comunidades de referencia.

Como publicaciones anteriores podemos mencionar aquellos relacionados con el concepto amplio de gobierno electrónico, como la ponencia “*E-government y redes electrónicas comunitarias. Entre la mercantilización y la politización de las relaciones sociales*”, presentada hace más de 16 años por Pablo Baumann y Alejandra Jara en la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ).

También, otros más actuales y específicos que relacionan los conceptos de redes sociales virtuales y campañas políticas, como es el caso del Informe Final de Investigación “*La representación de la política salvadoreña a través de ‘memes’ en la red social Facebook. Caso: candidatos a alcaldes en las elecciones 2015 por los municipios de San Salvador, Santa Ana y San Miguel*”, de los salvadoreños Diana Milena Valle de Solórzano, Enma Veraliz Peña Cañas y Mario Lizandro Chacón Mendoza.

“*Las redes sociales digitales en la gestión y las políticas públicas. Avances y desafíos para un gobierno abierto*”, compilado por los españoles J. Ignacio Criado y Francisco Rojas Martín, también es un aporte al campo de conocimiento que aquí nos concierne, basado en experiencias ibéricas y latinoamericanas.

A lo anterior se le suman desde amplias descripciones del uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en general, hasta las perspectivas específicas más disímiles de estudio, que abarcan postulados teóricos que incluyen tanto los campos de las finanzas, *community management*, educación no formal o fenómenos de masas que apelan generalmente a los adolescentes (*floggers, youtubers, twitstars*, etc.).

Sin embargo, hay una vacancia de análisis que relacione las redes sociales virtuales con las experiencias locales de gestión. En consecuencia, impera la necesidad de contar con material académico accesible a la mayor cantidad de personas posible, que sea una reflexión crítica sobre el uso actual de las redes por parte de este tipo de administraciones públicas. El presente TIF no constituye solamente un desarrollo teórico, sino que recoge la experiencia práctica como trabajo de campo para profundizar los postulados que aquí se plantean.

Nos focalizamos en Berazategui -como caso del Conurbano Bonaerense- para colaborar con la ruptura de una tendencia hartamente generalizada: inferimos que una cantidad sustancial de las estrategias comunicacionales de las nuevas pantallas, al igual que la mayoría de las producciones culturales realizadas en todo el país, continúan las directrices y modelos establecidos desde los grandes centros productores ubicados en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

A esto se suma que la situación de la mayoría de las redes sociales virtuales de instituciones gubernamentales del Conurbano Bonaerense es de una llamativa improvisación. Si bien hay interesantes excepciones, la experiencia indica que muchos organismos reducen su comunicación web a vetustos portales o a redes con un uso más relacionado con la esfera de la comunicación personal que institucional.

La base fundante de la actividad de la institución a analizar es el desarrollo cultural local, y las redes sociales virtuales constituyen una oportunidad para repensar su propia territorialidad. Aquí, encontramos la principal vacancia del tema que nos convoca: tanto desde la perspectiva teórica como en el uso que entidades similares le otorgan a estas herramientas.

El espacio de intercambio generado entre las redes sociales de la Secretaría de Cultura de Berazategui y la población local es altamente eficaz. A medida que se profesionalizó su uso, esta situación se optimizó aún más.

Uno de los aportes del presente TIF es, como se detalló al principio, constituirse como un material accesible a diversas instituciones locales, para que puedan contar con una experiencia que les permita tener herramientas para satisfacer de forma más eficaz sus expectativas en lo que respecta a su comunicación institucional a través de redes sociales virtuales.

Además, motiva el convencimiento de que las redes son medios fundamentales para instituciones locales y/o públicas, por su característica de gratuidad y alcance masivo o personalizado, según las necesidades específicas de comunicación.

Marco teórico

Hablar del marco conceptual nos sitúa en la necesidad de plantear el problema metodológico: tal como se especificó anteriormente, no abundan ejemplos de investigaciones académicas que den cuenta de la administración de redes sociales virtuales en instituciones locales relacionadas con la cultura, vinculadas con el acervo simbólico de las comunidades.

Por ende, el marco conceptual se ve atravesado por corrientes que incluyen temáticas como las nuevas pantallas, apropiación de medios de comunicación, territorialidad y gestión cultural. Dada la actualización permanente de la temática tratada, utilizamos aquí la mayor cantidad de textos que fundamenten las propuestas que se exponen.

Entre los trabajados analizados en el marco de la ECDA, tenemos en cuenta, sólo por nombrar los más representativos, *“Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva”* (Carlos Scolari), *“El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital”* (Lev Manovich), *“Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano”* (Marshall McLuhan), *“Televisión. Tecnología y forma cultural”* (Raymond Williams) y *“Nuevas pantallas: un desarrollo conceptual”* (Norberto Leonardo Murolo).

De la obra citada de Scolari, nos interesa especialmente el pasaje de los nuevos medios a la transmedialidad. Ubicar a las redes sociales virtuales como una nueva forma de comunicación por sus características relacionadas con la digitalización, reticularidad, hipertextualidad, multimedialidad e interactividad⁵.

Manovich, por su parte, indica que *“Los medios actuales se traducen a datos numéricos a los que se accede por ordenador. El resultado: (...) se vuelven computables; es decir, conjuntos simples de datos informáticos”*⁶. Esta observación se demuestra con el detalle de las métricas de cada publicación y los diversos recursos a analizar.

El trabajo también toma en consideración uno de los postulados clave de la obra de McLuhan: el medio es el mensaje. Una de nuestras hipótesis es que las redes sociales no son sencillas de englobar dentro de los llamados *medios fríos* o *medios calientes*⁷: esta calificación varía según el uso con el que se administren, con una relevancia cenital en los vínculos que fomente su interacción, mucho más marcada que en el resto de los medios de comunicación.

⁵ Scolari, Carlos: *“Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva”*. Barcelona, Gedisa, 2008.

⁶ Manovich, Lev: *“El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital”*. Buenos Aires, Paidós, 2006.

⁷ McLuhan, Marshall: *“Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano”*. Barcelona, Paidós, 1996.

Además de desarrollar la crítica a las nociones de determinismo tecnológico y tecnología determinada esgrimida por Williams, reconocemos las *“formas de la sociedad que determinan cualquier socialización particular y que asignan las funciones de control y comunicación”*⁸.

De Murolo, trabajamos los conceptos de multilinguaje, plataformas y digitalización. Se acepta el reto que propone el autor: *“las nuevas pantallas suponen un desafío de investigación tanto para la economía política de la comunicación como para los estudios culturales. Presentan desde nuevos modelos de negocios hasta nuevos contenidos, desde problemáticas sobre la propiedad intelectual hasta reflexiones acerca de la posibilidad mediática de trascender a personas individuales y pequeños colectivos sociales”*⁹.

En lo que respecta al marco teórico general, tenemos en cuenta diversos postulados sobre tecnología y comunicación digital.

Referido a la tecnología, partimos de uno de los postulados esenciales: el explicado por el ya citado Raymond Williams en contraste con la definición de “técnica”, en este caso, en *“Historia de la comunicación”*. Según el autor, *“Una técnica es una habilidad particular, o la aplicación de una habilidad. Un invento técnico es, por consiguiente, el desarrollo de dicha habilidad, o el desarrollo del invento de uno de sus ingenios. En contraste, una tecnología es, en primer lugar, el marco de conocimientos necesarios para el desarrollo de dichas habilidades y aplicaciones y, en segundo lugar, un marco de conocimientos y condiciones para la utilización y aplicación prácticas de una serie de ingenios”*¹⁰.

Williams sostiene que toda tecnología reproduce lo existente –como mecanismo de control- pero, simultáneamente, permite diversas habilidades –como posibilidad emancipatoria-. La aparición de una tecnología es producto de cambios sociales: éstas reflejan a las sociedades, pero modificadas, provocando a la vez nuevos cambios. Se trata de un proceso de mutua constitución.

Nos interesa especialmente este autor porque sostiene que las tecnologías son sociales, entre otras razones, porque se aplican a la producción. En el caso de las de comunicación, están al servicio de la producción de información, entretenimiento, difusión de conocimientos, etc. También, porque desarrolla los diversos planos en los que las tecnologías son reguladas: en el político, mediante la intervención de las instituciones; el social, porque afectan el espacio público y privado; y el económico, teniendo en cuenta su financiamiento.

⁸ Williams, Raymond: “Televisión, tecnología y forma cultural”. Buenos Aires, Paidós, 2011.

⁹ Murolo, Norberto Leonardo: “Nuevas Pantallas: un desarrollo conceptual”; en *Razón y Palabra. Primera revista digital en Iberoamérica especializada en comunicología*. México, N° 80, agosto – octubre 2012.

¹⁰ Williams, Raymond: “Historia de la comunicación”. Barcelona, Bosch, 1992.

En lo concerniente a la comunicación digital, nos remontamos a uno de los primeros textos que plantean la convergencia digital: “*La informatización de la sociedad*”, de Simon Nora y Alain Ming, publicado en 1976.

Ya en la introducción, la obra indica que “*El desarrollo de las aplicaciones de la informática es un factor de transformación de la organización económica y social, y del modo de vida: conviene, pues, que nuestra sociedad esté en condiciones de promoverla y, a la vez, de dominarla, para ponerla al servicio de la democracia y el desarrollo humano*”¹¹.

*“Meditando sobre la informática y la sociedad –continúa el texto- se fortalece la convicción de que el equilibrio de las civilizaciones modernas reposa sobre una alquimia difícil: la dosificación entre un ejercicio cada vez más vigoroso, aunque haya que limitarlo, de los poderes soberanos del Estado, y una creciente exuberancia de la sociedad civil. La informática, para bien o para mal, será uno de los principales ingredientes de esta dosificación”*¹².

Los autores se preguntaban, ya hace más de 30 años, si la generalización del lenguaje agudizaría las diferencias sociales o sería una herramienta de emancipación. Está claro que la respuesta no es binaria, y no es nuestra intención intentar acercarnos a una propuesta definitiva. Pero este interrogante es cenital a la hora de analizar el impacto del uso de redes sociales por parte de instituciones gubernamentales culturales locales.

Metodología

El trabajo metodológico que posibilita el desarrollo del presente TIF es cuantitativo y cualitativo; la perspectiva, por su parte, es descriptiva e interpretativa.

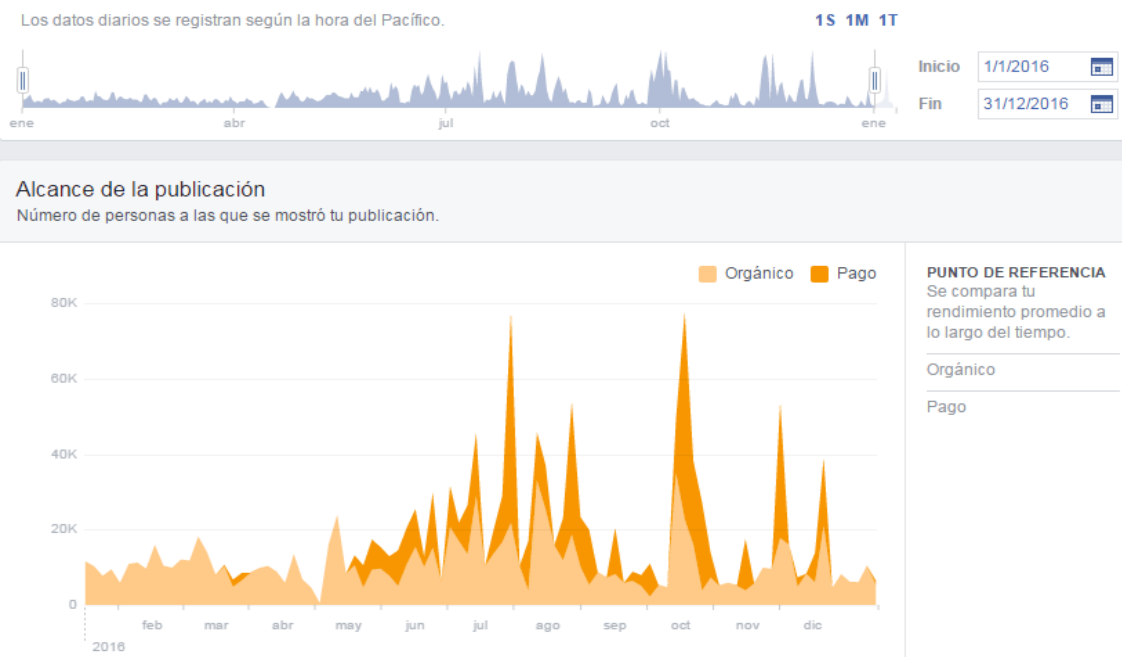
En lo que respecta a la metodología cuantitativa, los indicadores se basan en las métricas de la página en Facebook, otorgadas por la propia herramienta. En lo referido a la metodología cualitativa, utilizamos la experiencia en relación a la administración de las redes sociales virtuales en la institución analizada.

Las métricas brindadas por Facebook son métodos de recolección de datos que permiten reconocer cuantitativamente los usos de la página de la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Berazategui en dicha red social virtual. Aquí las interpretamos teniendo en cuenta nuestra experiencia en la administración y las interacciones de los usuarios, lo que posibilita inferir tendencias cualitativas.

• Alcance general de la página y las publicaciones

¹¹ Nora, Simon; y Ming, Alain: “La informatización de la sociedad”. México D.F., Fondo de Cultura Económica, 1980.

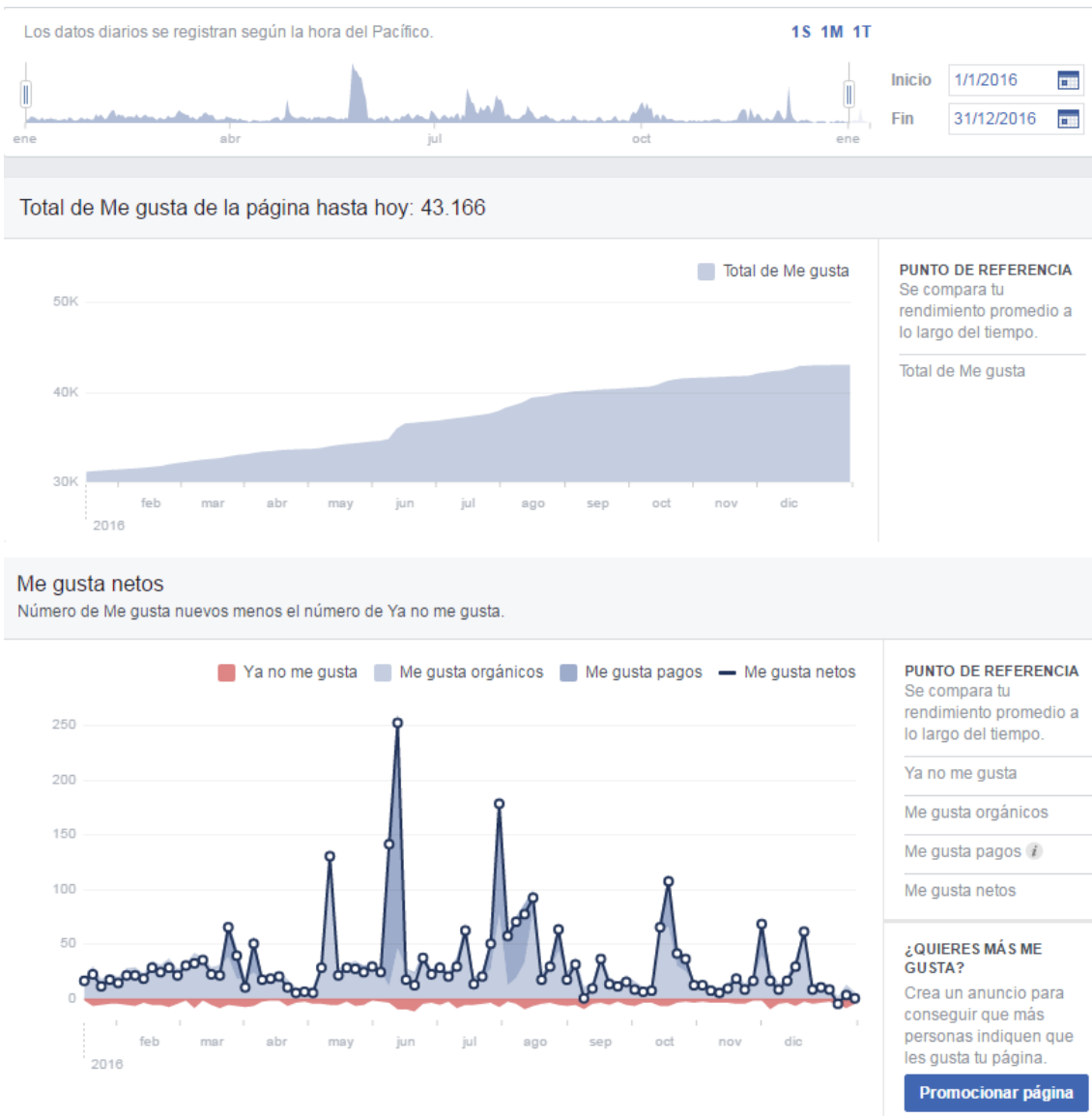
¹² Ídem.



Observamos que el alcance de las publicaciones aumentó durante el segundo semestre del año, lo que se condice con que la mayor parte de la agenda dinámica de la Secretaría se desarrolla en esa época. Esto se vislumbra en los eventos más masivos, como lo son Berazategui Artesanías (que tiene lugar en agosto), Bera Rock (septiembre), Feria del Libro de Berazategui “LibrArte” (octubre) y la Muestra Anual Educativa –MAE– (noviembre).

Además, resulta evidente el mayor alcance que logran las publicaciones pagas en relación a las orgánicas. En estos casos, asimismo, hay numerosas variables, que serán desarrolladas en profundidad más adelante.

- Total de “me gusta” de la página

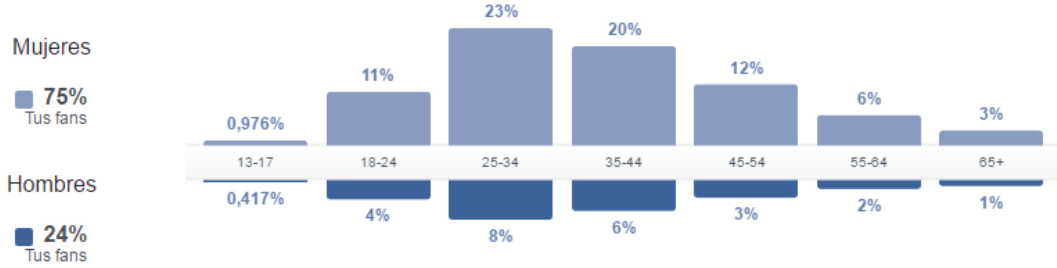


Respecto a la cantidad de los “me gusta” recibidos en particular, se repite la tendencia del alcance de la página en general: crecieron durante la segunda mitad del año (en este caso, de una manera aún más constante) y es notable la diferencia entre las publicaciones pagas y las orgánicas, siendo las primeras mucho más populares entre la aceptación de los usuarios.

• Seguidores

Tus fans | Personas alcanzadas | Personas que interactuaron

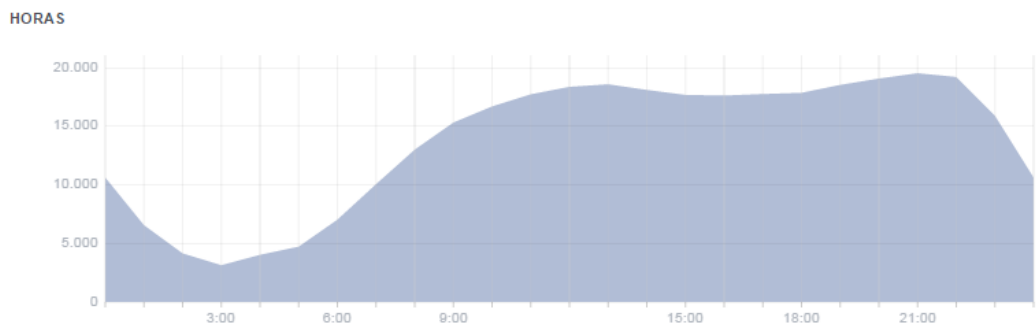
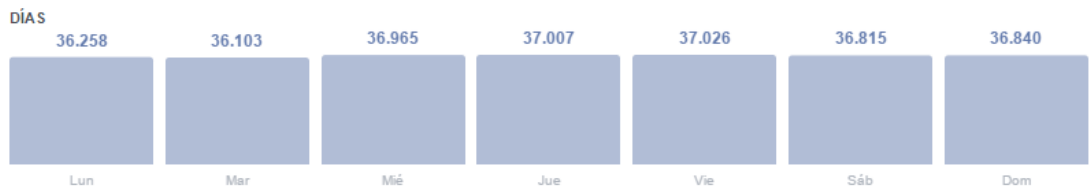
Personas a las que les gusta tu página



Cuándo están conectados tus fans | Tipos de publicaciones

Publicaciones destacadas de tus páginas en observación

Los datos mostrados corresponden a la última semana. Las hora del día se muestran en la zona horaria local de tu computadora.





Tres cuartos de los perfiles que siguen a la Secretaría de Cultura en Facebook, corresponden a mujeres. A su vez, el 55% de ellas tienen entre 25 y 54 años. Ambas tendencias reflejan al alumnado de las cinco Escuelas Municipales y talleres libres: de los alrededor de 10.000 inscriptos anuales, la gran mayoría son mujeres entre el rango etario descrito anteriormente.

Se observa una estabilidad en la conexión de los usuarios a lo largo de toda la semana y durante la mayor parte del día (a excepción de la madrugada).

En cuanto a las visitas totales, durante la última quincena del año analizado, hubo una fuerte tendencia a la baja, debido a la merma de actividades de la institución, tanto en lo referente a la agenda dinámica como al ciclo lectivo, que finaliza a principios de dicho mes.

• Reacciones

Reacciones, comentarios y veces que se compartió

Estas acciones te ayudarán a llegar a más personas.



PUNTO DE REFERENCIA

Se compara tu rendimiento promedio a lo largo del tiempo.

Reacciones

Comentarios

Veces que se compartió

Reacciones

Me gusta y otras opciones para reaccionar a las publicaciones de tu página.



Las interacciones mediante un sólo clic son las que prevalecieron durante el período de análisis: reacciones (en mayor medida) y contenido compartido. Los comentarios, que constituyen la forma más personalizada de atención (además de los mensajes privados), son poco utilizados en comparación con las otras dos herramientas.

Prevalecen notoriamente los “me gusta”, aunque los “me encanta” comienzan a usarse con mayor frecuencia, al menos, en comparación con el resto de las acciones posibles (“me asombra”, “me divierte”, “me entristece” y “me enoja”). Teniendo en cuenta las últimas dos opciones, que reflejan las opiniones de los usuarios en muchos casos, observamos que ante alguna queja o reclamo, optan por comentar las publicaciones, pero no seleccionan estas posibilidades de interacción programadas.

- Videos



El uso de videos fue más limitado que el de fotografías o flyers, lo que se evidencia en este gráfico. De todos modos, se cumplió la constante de que fueron mucho más difundidos aquellos en los cuales se invirtió dinero.

- Acciones en la página





































































































































Es una política definida de la Secretaría contestar todas las dudas y reclamos de los usuarios. De todos modos, se procedió a ocultar diversas publicaciones, tales como insultos, publicidades o propagandas políticas.

Si bien no se reportó como spam a ningún perfil, se optó por la opción “ya no me gusta esta página” en ciertas ocasiones. Como perfil institucional, el de la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Berazategui sigue a otros, correspondientes a diversas entidades civiles, artistas, funcionarios públicos, productores del sector cultural, medios de comunicación locales y nacionales, etc.

En los casos en los que dichas páginas modificaron su tipo de administración y se consideró que rompieron las líneas de trabajo por las cuales se decidió seguirlas, se procedió a dejar de hacerlo.

• Publicaciones segunda quincena diciembre 2016

31/12/2016 12:12	 ¡#FelicesFiestas! Te deseamos que termines e			2,7K		72 63		Difundir publicación
30/12/2016 13:13	 ☺ El #CicloDeVeran o... ¡crece! Más sedes,			3,2K		113 74		Difundir publicación
30/12/2016 9:17	 ¡#BuenViernes, #Berazategui! #Cultura2016:			1,4K		31 23		Difundir publicación
29/12/2016 12:35	 ☺ El #CicloDeVeran o... ¡crece! Más sedes,			9,9K		442 235		Difundir publicación
29/12/2016 9:52	 ¡#BuenJueves, #Berazategui! Seguimos reval			4,7K		293 88		Difundir publicación
28/12/2016 14:49	 #Cultura2016 Casi tres décadas de proyecto c			22,2K		177 265		Ver resultados Promocionada: \$100,00
28/12/2016 9:37	 ¡#BuenMiércoles, vecinos! ¡Los esperamos e			1,8K		45 18		Difundir publicación
27/12/2016 11:57	 #Cultura2016 Gracias por un año increíble...			1,6K		70 27		Difundir publicación
27/12/2016 9:44	 ¡#BuenMartes, #Berazategui! ¿Todavía no vis			1,5K		55 7		Difundir publicación
26/12/2016 10:02	 Iniciamos esta jornada compartiendo imágene			12,9K		1K 463		Difundir publicación
25/12/2016 12:35	 ¿Nuestro deseo? Que los chicos sigan for			4,5K		86 90		Difundir publicación

24/12/2016 13:10	 Vivamos estas fiestas haciendo #cultur			1,8K		64 21		Difundir publicación
23/12/2016 14:21	 Mañana es Nochebuena, el domingo Navida			2,9K		120 57		Difundir publicación
23/12/2016 9:31	 ¡#BuenViernes, vecino si Visitá los Museos de			1,8K		26 25		Difundir publicación
22/12/2016 14:29	 ¡Manos a la obra para el #CicloDeVerano!			2,6K		184 55		Difundir publicación
22/12/2016 9:52	 ¡#BuenJueves, #Berazategui! En estas Fiesta			4,2K		501 52		Difundir publicación
21/12/2016 17:26	 ¡DE 10! Así fue 2016 para la #cultura de #Ber			2,5K		81 36		Difundir publicación
21/12/2016 12:15	 #Berazategui de película 🎬 Como siempre,			8,3K		1,3K 134		Difundir publicación
21/12/2016 12:10	 Tu Forma de Ver el Mundo			0		0 0		Difundir publicación
21/12/2016 9:57	 ¡#BuenMiércoles, #Berazategui! Este año, #E			1,2K		26 6		Difundir publicación
20/12/2016 15:40	 ¡#RegaláCultura!			3,8K		344 59		Difundir publicación
20/12/2016 12:09	 ¿Todavía no visitaste el Salón Final de Finales			1,3K		64 10		Difundir publicación
20/12/2016 9:36	 ¡#BuenMartes, #Berazategui! Profesores de n			20,6K		1,4K 1,1K		Difundir publicación
19/12/2016 12:08	 Si construimos el espacio público, que sea en			4,6K		121 143		Difundir publicación
19/12/2016 9:13	 En estas fiestas... ¡#RegaláCultura!			2,2K		100 33		Difundir publicación
18/12/2016 19:02	 ¡Conseguí los mejores regalos para estas fiestas			2,4K		67 41		Difundir publicación
18/12/2016 12:15	 🎉 LLEGÓ EL GRAN DÍA 🎉 Desde las 20 hs. n			4,8K		117 112		Difundir publicación
18/12/2016 10:02	 ¡#BuenDomingo, #Berazategui! Te proponem			1,9K		37 9		Difundir publicación
17/12/2016 18:43	 Mañana no te pierdas el Concierto Sinfónico			2,1K		65 28		Difundir publicación
17/12/2016 12:41	 Esta noche... ¡es Pituca! Nos vemos en la pista			2,4K		54 53		Difundir publicación
17/12/2016 9:16	 ¡#BuenSábado, #Berazategui! ▶ HOY ÚLTIM			4,8K		284 35		Difundir publicación
16/12/2016 15:29	 En noviembre y diciembre compartimos los E			2,8K		857 23		Difundir publicación
16/12/2016 11:51	 🎉 CONCIERTO SINFÓNICO CORAL 🎉 Este d			1,2K		18 7		Difundir publicación
16/12/2016 9:34	 ¡#BuenViernes, #Berazategui! 📺 HOY: ANIV			1,2K		28 7		Difundir publicación
15/12/2016 15:39	 Este sábado, última #NochePituca del año en			3K		113 92		Difundir publicación
15/12/2016 13:34	 ¡Abrió el Salón Final de Finales 2016! Se exp			1,7K		391 6		Difundir publicación
15/12/2016 9:30	 ¡#BuenJueves, #Berazategui! 📺 INSCRIPCIO			4K		213 36		Difundir publicación

Como muestra, aquí presentamos las reacciones producidas por la totalidad de publicaciones realizadas durante la segunda quincena de diciembre de 2016. Observamos que la más exitosa –en términos cuantitativos- fue la única paga (publicada el 28 de diciembre). Se invirtieron \$100, una suma de dinero muy baja si se la compara con el costo del resto de las piezas de comunicación utilizadas por el municipio.

La segunda publicación con mayor alcance en el período analizado (publicada el 20 de diciembre), fue la que anunció la instalación de un mural de participación colectiva que homenajea al Dr. René Favalaro en la fachada del Centro Cultural Municipal “León F. Rigolleau”. Aquí, se demuestran dos tendencias claras, que se repiten en la enorme mayoría de los casos: tienen mayor llegada aquellas publicaciones que socializan trabajos en el espacio público y las que se relacionan con personalidades destacadas, locales o nacionales.

- Ejemplo de publicación orgánica

Detalles de la publicación Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Berazategui
agregó 8 fotos nuevas.
Publicado por Juan Pérez (?) · 5 de diciembre de 2016 ·

¡#BuenLunes, #Berazategui!
ESTAMOS ANOTANDO 📝
Acá, <https://goo.gl/V0pjSW>, toda la información de nuestras Escuelas Municipales y talleres. ¡Sumate al proyecto cultural!




Obtén más Me gusta, comentarios y contenido compartido
Promociona esta publicación por \$100 para llegar a un máximo de 14.000 personas.

74.234 personas alcanzadas Difundir publicación

👍❤️👎 447 83 comentarios 321 veces compartido 📷

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

74.234 Personas alcanzadas

2.155 Reacciones, comentarios y veces que se compartió

1.414 👍 Me gusta	417 En la publicación	997 En el contenido compartido
118 ❤️ Me encanta	28 En la publicación	90 En el contenido compartido
2 😱 Me asombra	2 En la publicación	0 En el contenido compartido
296 Comentarios	196 En la publicación	100 En el contenido compartido
326 Veces que se compartió	321 En la publicación	5 En el contenido compartido

10.468 Clics en publicaciones

3.486 Visualizaciones de fotos	1.877 Clics en el enlace	5.105 Otros clics 📷
--	------------------------------------	-------------------------------

COMENTARIOS NEGATIVOS

8 Ocultar publicación **0** Ocultar todas las publicaciones


0 Reportar como spam **0** Ya no me gusta esta página

En la imagen observamos una de las publicaciones más exitosas en términos de distribución de diciembre de 2016. La misma, versa sobre las inscripciones al ciclo lectivo 2017, e informa sobre los días, horarios y sedes de inscripción, además de la oferta disponible de Escuelas Municipales, cursos y talleres libres.

Esta actividad de la Secretaría de Cultura es sumamente compleja, porque reúne la planificación del Área Educativa para el siguiente año y la atención masiva de públicos, en todas las sedes de la institución, ubicadas en diversas zonas del distrito.

Por ende, era previsible el importante alcance que logró la publicación, que al momento del registro de la imagen alcanzó a 74.234 usuarios. De todos modos, Facebook recomienda promocionarla, para obtener aún más reacciones.

• Publicaciones pagas








	<p>Publicación promocionada Finalizada</p> <p>#Cultura2016 Casi tres décadas de proyecto c...</p> <p>Promocionada por Federico Lopez el 12/29/2016</p>	<p>20.768 Personas alcanzadas</p>	<p>4.982 Interacciones con publicaciones</p>	<p>\$100,00 Gasto total: \$100,00</p> <p>Ver promoción</p>
	<p>Publicación promocionada Finalizada</p> <p>Te invitamos a ver Fuga de la Patagonia, pelíc...</p> <p>Promocionada por Federico Lopez el 12/03/2016</p>	<p>42.696 Personas alcanzadas</p>	<p>1.324 Interacciones con publicaciones</p>	<p>\$320,00 Gasto total: \$320,00</p> <p>Ver promoción</p>
	<p>Publicación promocionada Finalizada</p> <p>► NOVEDAD ◀ Encuentro de #Danza en e...</p> <p>Promocionada por Federico Lopez el 11/29/2016</p>	<p>60.944 Personas alcanzadas</p>	<p>2.442 Interacciones con publicaciones</p>	<p>\$200,00 Gasto total: \$200,00</p> <p>Ver promoción</p>
	<p>Publicación promocionada Finalizada</p> <p>El sábado vivimos la primera jornada de la #M...</p> <p>Promocionada por Federico Lopez el 11/21/2016</p>	<p>32.912 Personas alcanzadas</p>	<p>2.599 Interacciones con publicaciones</p>	<p>\$200,00 Gasto total: \$200,00</p> <p>Ver promoción</p>
	<p>Publicación promocionada Finalizada</p> <p>¡#BuenLunes, #Berazategui! Iniciamos la sem...</p> <p>Promocionada por Federico Lopez el 11/21/2016</p>	<p>23.176 Personas alcanzadas</p>	<p>1.097 Interacciones con publicaciones</p>	<p>\$100,00 Gasto total: \$100,00</p> <p>Ver promoción</p>

	Publicación promocionada Finalizada Estamos ultimando los detalles para recibir... Promocionada por Federico Lopez el 11/18/2016	16.584 Personas alcanzadas	2.373 Interacciones con publicaciones	\$100,00 Gasto total: \$100,00 Ver promoción
	Publicación promocionada Finalizada ¡#BuenJueves, #Berazategui! - 1 Muestra Anu... Promocionada por Federico Lopez el 11/18/2016	21.440 Personas alcanzadas	1.153 Interacciones con publicaciones	\$100,00 Gasto total: \$100,00 Ver promoción
	Publicación promocionada Finalizada #MAE26: Escenario Principal Promocionada por Federico Lopez el 11/18/2016	40.000 Personas alcanzadas	3.803 Interacciones con publicaciones	\$300,00 Gasto total: \$300,00 Ver promoción
	Publicación promocionada Finalizada En #Berazategui, creamos y creamos Promocionada por Federico Lopez el 11/15/2016	20.756 Personas alcanzadas	1.089 Interacciones con publicaciones	\$100,00 Gasto total: \$100,00 Ver promoción
	Publicación promocionada Finalizada #MAE26 -> Agenda La 26ª Muestra Anual E... Promocionada por Federico Lopez el 11/15/2016	19.824 Personas alcanzadas	742 Interacciones con publicaciones	\$100,00 Gasto total: \$100,00 Ver promoción

Observamos el buen resultado que garantiza promocionar publicaciones, teniendo en cuenta la cantidad total de seguidores con la que cuenta la página que aquí analizamos, y las erogaciones realizadas.

• Comparación de publicaciones pagas

Caso 1

02/12/2016 15:18		Ayer, los jóvenes de #Berazategui llenaron el			Orgánico 1.727	Pagado 43.264	393 5	Difundir publicación
02/12/2016 11:36		Te invitamos a ver Fuga de la Patagonia, pelí			45K		854 1K	Ver resultados Promocionada: \$320,00

Difundir publicación

Tu público objetivo son **hombres y mujeres de 18 a 60 años** que viven en **1 lugar**.

Ocultar todo el resumen

Esta promoción se publicará durante **4 días**.

Tu presupuesto total para esta promoción es de **\$320,00**.

Esta publicación solo puede editarla la persona que la promocionó.

42.696 Personas alcanzadas [?]

1.324 Interacciones

\$320,00 Gasto total [?]

Acciones | Personas | Países

SECCIÓN DE NOTICIAS DE LA COMPUTADORA

SECCIÓN DE NOTICIAS DEL CELULAR

Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Berazategui compartió la foto de Fuga de la Patagonia. Publicidad ·

Te invitamos a ver Fuga de la Patagonia, película estrenada ayer que contó con la co-dirección del berazateguense Francisco D'Eufemia. No te la pierdas, ¡apoyemos al cine nacional!

Caso 2

29/11/2016 15:03	Este sábado, ¡nueva edición del Festival Per			2K	Orgánico 13.089	Pagado 61.584	113	Difundir publicación
29/11/2016 12:10	▶ NOVEDAD ◀ En cuento de #Danza en			74,7K			2,5K 2,1K	Ver resultados Promocionada: \$200,00

Difundir publicación

Tu público objetivo son **hombres y mujeres de 18 a 60 años** que viven en **1 lugar**.

Ocultar todo el resumen

Esta promoción se publicará durante **3 días**.

Tu presupuesto total para esta promoción es de **\$200,00**.

Esta publicación solo puede editarla la persona que la promocionó.

60.944 Personas alcanzadas [?]

2.442 Interacciones

\$200,00 Gasto total [?]

Acciones | Personas | Países

SECCIÓN DE NOTICIAS DE LA COMPUTADORA

SECCIÓN DE NOTICIAS DEL CELULAR

Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Berazategui con **Filia Rvs y 5 personas más**. **Me gusta esta página**
Publicidad ·

▶ NOVEDAD ◀

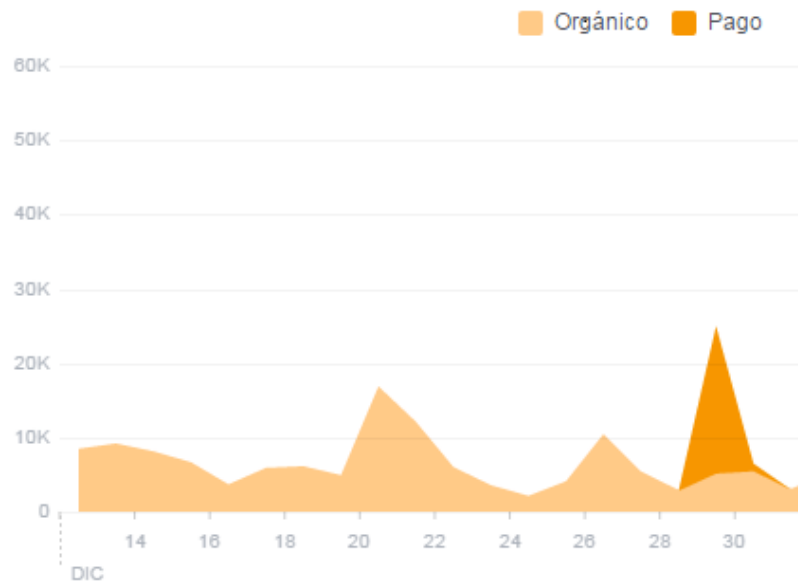
Encuentro de #Danza en el #DeVcenzo... ¡entrada libre y gratuita!

Vemos que en el caso 1 se invirtió más dinero, pero el caso 2 tuvo mayor difusión, a pesar de compartir el mismo público objetivo. Esto nos da la pauta que si bien la inversión económica dinamiza de forma exponencial la distribución de las publicaciones, el resto de los factores sigue teniendo incidencia, tales como el contenido de las mismas, momento de publicación, etc.

- Alcance de publicaciones orgánicas y pagas

Alcance de la publicación

Número de personas a las que se mostró tu publicación.



Alcance total

Número de personas a las que se mostró alguna actividad de tu página, como tus publicaciones, publicaciones de otras personas en tu página, anuncios sobre personas a las que les gusta tu página, menciones y visitas registradas.



PUNTO DE REFERENCIA

Se compara tu rendimiento promedio a lo largo del tiempo.

Orgánico

Pago

Alcance total

Número de personas a las que se mostró alguna actividad de tu página, como tus publicaciones, publicaciones de otras personas en tu página, anuncios sobre personas a las que les gusta tu página, menciones y visitas registradas.



PUNTO DE REFERENCIA

Se compara tu rendimiento promedio a lo largo del tiempo.

Orgánico

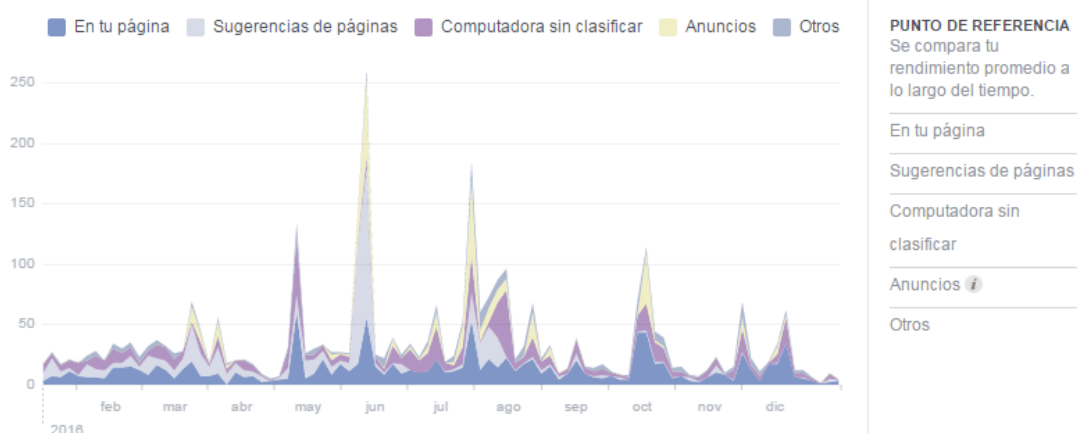
Pago

Nuevamente, observamos que se pagó en una porción relativamente pequeña de las publicaciones que, a su vez, lograron un claro éxito.

- Origen de los “me gusta”

Dónde se produjeron los Me gusta

Número de veces que se hizo clic en "Me gusta" en tu página, desglosado por el lugar donde se produjo.



La mayor cantidad de seguidores se obtuvieron a través de los anuncios de la página (en los momentos en los que se pautaó), seguidos por las sugerencias que realiza Facebook en base a las características de los perfiles y, luego, por internautas que buscaron específicamente al perfil institucional de la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Berazategui en la red social y optaron por seguirla a través de un “me gusta”.

• Países, ciudades e idiomas de seguidores

País	Tus fans	Ciudad	Tus fans	Idioma	Tus fans
Argentina	41.545	Berazategui (Buenos ...	19.785	Español	31.514
México	273	Quilmes, Provincia de ...	6.667	Español (España)	10.822
Brasil	142	Buenos Aires, Argentina	3.293	Inglés (Estados Unidos)	295
España	136	Florencio Varela, Provi...	3.070	Portugués (Brasil)	183
Colombia	106	La Plata, Provincia de ...	801	Inglés (Reino Unido)	82
Chile	106	Lanús, Provincia de B...	440	Francés (Francia)	70
Perú	102	Lomas de Zamora, Pro...	367	Italiano	59
Estados Unidos de Am...	84	Mar del Plata, Provinci...	221	Alemán	16
Uruguay	69	Wilde, Provincia de Bu...	203	Portugués (Portugal)	14
Paraguay	56	Ciudad de Córdoba, P...	199	Español (México)	12

Italia	53	Santa Fe (ciudad de A...	196	Árabe	9
Venezuela	51	Merlo, Provincia de Bu...	160	Turco	7
Ecuador	37	Sarandí, Provincia de ...	159	Chino simplificado (Ch...	4
Bolivia	33	Rosario, Santa Fe (ciu...	126	Polaco	4
República Dominicana	28	Tigre, Provincia de Bu...	116	Tailandés	3
Francia	23	Monte Grande, Provin...	114	Sueco	3
Costa Rica	22	Morón (Buenos Aires),...	110	Indonesio	3
El Salvador	19	Glew, Provincia de Bu...	100	Chino tradicional (Taiw...	3
Guatemala	13	Almirante Brown, Bue...	99	Catalán	3
Reino Unido	12	Moreno, Provincia de ...	94	Francés (Canadá)	2
Canadá	11	Villa Domingo, Provin...	90	Inglés (pirata)	2
Portugal	9	Ciudad de México, Mé...	89	Gallego	2
India	9	Claypole, Provincia de...	81	Ruso	2
Túnez	8	Ezeiza, Provincia de B...	80	Chino tradicional (Hon...	2
Israel	7	Ranelagh, Provincia d...	76	Hebreo	1
Alemania	7	City Bell, Provincia de ...	72	Pastún	1
Tailandia	7	Berisso, Provincia de ...	71	Frisio	1
Australia	6	San Miguel de Tucum...	65	Feroés	1
Turquía	6	Lima, Departamento d...	64	Bengalí	1
Honduras	6	Burzaco, Provincia de ...	64	Bielorruso	1
Egipto	6	Ramos Mejía, Buenos ...	62	sc_IT	1
Nicaragua	5	Ciudad de Salta, Provi...	61	Albanés	1
Nueva Zelanda	5	Ituzaingó, Provincia de...	61	Georgiano	1
Austria	5	Ciudad de Hurlingham...	61	Suajili	1
Panamá	5	Guernica, Provincia de...	61	Checo	1
Países Bajos	5	Montevideo, Departam...	58	Japanese (Japan Kan...	1
Polonia	5	Bahía Blanca, Provinci...	58	Rumano	1
Benín	4	Gerli, Provincia de Bu...	54		
Iraq	4	Bernal, Provincia de B...	53		
Pakistán	4	San Miguel, Provincia ...	52		

Filipinas	4	Santiago de Chile, Re...	52
Irlanda	4	Caseros, Provincia de ...	51
Puerto Rico	4	Virreyes, Provincia de ...	51
Indonesia	3	Ciudad de Resistencia...	48
China	3	Rafael Calzada, Provi...	45

En el listado precedente, vemos que el origen de los “me gusta” de la página que aquí analizamos responde a su característica de institución local: casi la totalidad de seguidores está radicado en Argentina y, en lo que respecta a las ciudades, en Berazategui.

Los cinco primeros puestos se completan, en el caso de los países, con limítrofes o de habla hispana. En lo que respecta a las ciudades, también con limítrofes o capitales (provincial –La Plata- y nacional –Ciudad Autónoma de Buenos Aires-).

Desarrollo: trabajo empírico / de campo

Facebook, posibilidad de masividad al alcance de las instituciones locales

Facebook es una red social virtual creada por Mark Zuckerberg y fundada el 4 de febrero de 2004 con Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz en la Universidad de Harvard, Cambridge, Estados Unidos.

Al 31 de diciembre de 2016, contaba con 1.230 millones de usuarios activos diarios y 17.048 empleados distribuidos entre su sede central en California y el resto del mundo. Según el balance publicado el 1 de febrero de 2017¹³, la compañía cerró el año previo con ingresos netos de US\$ 10.217 millones.

Desde noviembre de 2007, Facebook permite la creación y administración de páginas. Según la propia red social, *“las páginas son perfiles públicos que permiten a artistas, figuras públicas, empresas, marcas, organizaciones e instituciones sin fines de lucro una presencia en Facebook y conectarse con la comunidad. Cuando a alguien ‘le gusta’ una página, puede empezar a ver actualizaciones de dicha página en la sección Noticias. Cuando a alguien le gusta o comenta una publicación de una página, esa actividad puede ser compartida con sus amigos, incrementando la exposición y llegada de la página”*¹⁴.

¹³ Facebook. Disponible en https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc_financials/2016/Q4/Facebook-Reports-Fourth-Quarter-and-Full-Year-2016-Results.pdf.

¹⁴ Facebook (traducción propia).

Cultura en red

La Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Berazategui creó su página oficial en esta red social en agosto de 2010. Las publicaciones replican los ejes de gestión troncales, robusteciendo la identidad de la institución: programa de educación no formal, agenda dinámica y difusión del patrimonio local. Los tres son prioridades para el gobierno local, y dicha importancia se refleja en la difusión prioritaria que se realiza en redes.

La mayor parte de las publicaciones incluye *flyers*, diseñados por la Secretaría de Comunicación Pública, Prensa y Ceremonial de la Municipalidad de Berazategui. Los siguen fotografías y videos, también tomadas y producidos por dicha Secretaría. Generalmente, los *flyers* anuncian actividades futuras, y las fotos y videos corresponden a la cobertura de los eventos.

Tanto los *flyers*, como las fotos y videos, siempre son contextualizados con comentarios que agregan información o refuerzan parte de lo que las piezas enuncian. El lenguaje utilizado es informal y apela al contacto directo con los seguidores. Como ejemplos de esto, podemos citar el uso de hastags (“#BuenLunes”, “#Berazategui”, “#ComunicáCultura”) o la interpelación directa (“¡te esperamos!”, “¿te lo vas a perder?”, “¡contamos con vos!”).

Identificación ciudadana

Vimos que de las páginas de Facebook administradas por diversas áreas de la Secretaría, las que cerraron 2016 con mayor cantidad de seguidores fueron “Museos de Berazategui” y “Turismo Cultural Berazategui”. Este éxito se repite en las publicaciones presentes en la página de la Secretaría que aluden tanto a la Dirección de Museos Municipales como al Programa de Turismo Cultural.

Aquí vemos la identificación de los vecinos con estos servicios municipales, que refuerzan los vínculos entre la institución y la ciudadanía. Refuerzan el sentido de pertenencia y orgullo por el distrito a partir de la conservación y difusión del patrimonio local.

Algo similar ocurre con las publicaciones sobre el Área de Arte Público, pero con una particularidad: generan mayor impacto aquellas que muestran la realización de las obras, por sobre las que socializan obras finalizadas.

Aquí, además de la puesta en valor del espacio público, lo que se valora es el trabajo de los artistas (que son tanto personal de la Secretaría como integrantes de las cooperativas del Programa Argentina Trabaja, Enseña y Aprende).

Usos

En numerosas ocasiones, los usuarios comentan las publicaciones consultando por datos presentes en la pieza gráfica que las acompaña, por ejemplo, *flyers*. Aquí se observa una dualidad: por un lado, en muchos casos los diseños gráficos son deficientes. Por otro, ciertos usuarios no profundizan la lectura, evidenciando el contexto de inmediatez en el cual consumen los contenidos web en general y los de Facebook en particular.

Reflexiones y aportes

En primer lugar, estamos convencidos que la decisión de la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Berazategui de contar con una página en Facebook es altamente positiva. Su presencia en la red social virtual fortaleció su comunicación institucional, además de constituir una boca de atención al público que enriquece las tradicionales en la administración pública: personal, telefónica y mediante correo electrónico.

Propuestas para optimizar el uso institucional de Facebook

A pesar de lo dicho en el párrafo precedente, está claro que el uso de la red social analizada es perfectible. Proponemos realizar balances semestrales o anuales, a modo de evaluación interna, que den cuenta de las publicaciones más satisfactorias, para identificar sus características y aplicarlas en publicaciones futuras.

Si bien algunas de las páginas periféricas -pertenecientes a las diversas áreas de la Secretaría- cuentan con una administración satisfactoria, proponemos que se cierren y concentrar toda la información en una única página. Motiva esta idea la intención de evitar tanto la diversificación de información como la redundancia.

Otra cuestión a tener en cuenta para mejorar el uso es la constitución de un equipo de *community managers*, que formalice la actividad y deje de ser realizada por un único agente municipal. Esto le daría mayor riqueza al material publicado, pudiendo incluso crecer cuantitativamente.

También, contar con otras redes sociales que indaguen más formas de difundir las actividades, incluyendo la posibilidad de cobertura en vivo, tales como Instagram, por ejemplo. Esto abriría nuevos escenarios, como focalizarse en los dispositivos móviles y llegar a públicos más jóvenes.

En línea con esto, resulta pertinente aclarar que la Secretaría de Comunicación Pública, Prensa y Ceremonial –encargada de producir el material publicado-, lleva adelante la realización de todas las piezas comunicacionales de la gestión municipal. Por

ende, sus recursos –tanto humanos como materiales- se distribuyen con el objetivo de satisfacer múltiples demandas; esto deriva en que los diseños gráficos, coberturas fotográficas y producciones audiovisuales, muchas veces, no reflejan conceptualmente la especificidad de cada actividad cultural difundida, lo que dificulta el proceso de comunicación con los vecinos.

Referido al circuito de comunicación, creemos que la introducción de un botón equivalente al “me gusta” -un “no me gusta”, por ejemplo-, sería satisfactorio para el uso de la red social. Especialmente, teniendo en cuenta que las otras reacciones disponibles que indican desacuerdos, como se especificó más arriba, no suelen ser usadas por los internautas.

Quedó demostrado que las publicaciones pagas generan una mayor llegada a los internautas, debido a la especificidad de los algoritmos de la red social virtual que analizamos. Proponemos incrementar la inversión en este tipo de publicaciones, porque son sustancialmente más económicas que otros productos y servicios de difusión. Teniendo siempre en cuenta que se trata de fondos públicos, este punto adquiere una importancia fundamental.

Si bien el audiovisual es el lenguaje que menos se utiliza en las publicaciones, porque requiere mayor trabajo de producción y por la dificultad de reproducción en dispositivos móviles (a causa del tamaño de los archivos), es un formato importante que – consideramos- debería ser más usado.

Además de que la reproducción automática de los videos que proponen las redes interpelan directamente a los visitantes, invitándolos a continuar visualizando el material, los videos tienen el potencial de generar un mayor acceso. Por ejemplo, los usuarios ciegos –que no pueden consumir las fotografías digitales o los diseños gráficos virtuales-, podrían escuchar el audio de los videos. También sería amigable para personas con discapacidades auditivas, ya que podrían contener subtítulos.

Esta decisión no sería aislada, ya que la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Berazategui cuenta con agentes municipales con capacidades diferentes, además de impulsar numerosas propuestas para personas con diversas discapacidades, a saber:

- Escuela Municipal de Cerámica:

- Taller de Cerámica Especial en el Centro Cultural “León F. Rigolleau”.
- Taller de Cerámica para Disminuidos Visuales en la sede del Centro de Atención a la Persona con Discapacidad Visual Adulta (CADIVA).
- Taller de Torno Alfarero Especial en el Centro Cultural “León F. Rigolleau”.
- Taller de Torno Alfarero para Disminuidos Visuales en el Centro Cultural “León F. Rigolleau”.

- Área de Danzas:

- Diversos talleres cuentan entre sus bailarines a integrantes con capacidades diferentes en diversos Complejos Municipales y Centros Culturales Municipales.

- Área de Idiomas:

- Taller de Lengua de Señas en el Complejo Municipal “El Patio”.

- Área de Teatro:

- Taller de Teatro en Lengua de Señas en el Complejo Municipal “El Patio”.

- Taller de Teatro Integrado en el Centro Cultural “León F. Rigolleau”.

- Taller de Expresión de Teatro Integrado en el Centro Cultural “León F. Rigolleau”.

- Taller de Murga Integrada en el Centro Cultural Municipal N° 5 Sociedad de Fomento “San Carlos”.

- Elenco Municipal de Teatro Integrado con ensayos en el Centro Cultural “León F. Rigolleau”.

Vínculo con los usuarios

Como se aclaró anteriormente, las piezas gráficas que se publican en la página analizada son altamente perfectibles, por motivos que también se detallaron más arriba, relacionados con los recursos con los que cuenta la Secretaría de Comunicación Pública, Prensa y Ceremonial que las produce. Sin embargo, en muchas ocasiones, los comentarios de los usuarios incluyen preguntas sobre información especificada en dichas piezas e, incluso, que se refuerzan en el comentario que las contextualiza.

De aquí concluimos que los procesos comunicacionales que intervienen en la apropiación de los contenidos son diversos y, en muchos casos, los enunciados que propone la institución no logran ser interpretados como los mensajes que la Secretaría busca producir.

Ante estos casos, las respuestas a los interrogantes remiten a la pieza gráfica original. A modo de ejemplo, si un usuario consulta la hora de inicio de una obra de teatro que ya se especifica en el *flyer*, la respuesta es del tipo “¡Buen día! Como se especifica en la imagen, la obra comienza a las 21 hs. ¡Te esperamos!”.

En el ejemplo queda plasmado que además de brindar la información solicitada, se menciona que el dato ya estaba disponible en la publicación comentada: la institución

también promueve un uso más eficaz de Facebook entre los usuarios, para que los vecinos también se apropien de la herramienta.

Comparando el caso analizado con otras páginas gubernamentales, podemos sostener que muchos usuarios, si saben que la administración de la página es eficaz y responde rápidamente a cada visitante de forma particular, preguntan directamente sin siquiera leer las piezas gráficas.

En aquellos casos en los que las páginas son administradas de una manera más unilateral, simplemente difundiendo contenidos sin responder consultas o haciéndolo ocasionalmente, hay menos consultas. Además, en los casos en que las mismas se presentan, los usuarios se ayudan mutuamente con las dudas, sin esperar la respuesta oficial.

Con esto demostramos una de nuestras hipótesis: Facebook en sí mismo no puede definirse como un *medio frío* o un *medio caliente*, depende de la forma en que se administre cada página en particular.

Reflexiones finales

A partir del análisis del uso de Facebook por parte de la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Berazategui durante 2016 como caso de administración de redes sociales virtuales en instituciones gubernamentales locales, reconocemos el potencial de este tipo de herramientas en organismos culturales, públicos y locales de centros urbanos. Su uso es altamente eficaz y de muy bajos costos.

La Secretaría administra Facebook fortaleciendo su capital simbólico, la idea de comunidad, el orgullo por lo local y apelando al trabajo conjunto de la sociedad. Todos estos ejes coinciden con los de gestión y los enriquecen, completando el sentido de las políticas públicas del distrito.

Bibliografía

- **Adaime, Iván; Binder, Inés; y Piscitelli, Alejandro:** “El *Proyecto Facebook* y la Posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje”. Barcelona, Ariel, 2010.

- **Aguilar Astorga, Carlos Ricardo; y Lima Facio, Marco Antonio:** “¿Qué son y para qué sirven las Políticas Públicas?”, en Revista *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 2009. Disponible en <http://www.eumed.net/rev/cccss/05/aalf.htm> (consultado por última vez el 09/04/2017).

- **Baumann, Pablo; y Jara, Alejandra:** “E-government y redes electrónicas comunitarias. Entre la mercantilización y la politización de las relaciones sociales”. Ponencia presentada en las *Jornadas Internet: Herramienta para el Desarrollo Social. Usos en las redes comunitarias y en la gestión municipal* de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), 2000.

- **Boivin, Mauricio; Rosato, Ana María; y Arribas, Victoria:** “Constructores de otredad. Una introducción a la Antropología Social y Cultural”. Buenos Aires, Editorial Antropofagia, 3ra edición, 2004.

- **Bustamante, Enrique (coordinador):** “Las industrias culturales audiovisuales e Internet. Experiencias, escenarios de futuro y potencialidades desde la periferia”. Tenerife, La Laguna, 2011.

- **Caetano, Gerardo:** “Políticas culturales y desarrollo social. Algunas notas para revisar conceptos”, en Revista de Cultura *Pensar Iberoamérica*, Nº 4, 2003. Disponible en <http://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/ric04a01.htm> (consultado por última vez el 09/04/2017).

- **Causa, Emiliano; y Joselevich Puiggrós, Federico:** “Interfaces y diseño de interacciones para la práctica artística”. Bernal, Universidad Virtual de Quilmes (UVQ). Disponible en <https://es.scribd.com/doc/234778885/Emiliano-Causa-Federico-Joselevich-Interfaces-y-Diseno> (consultado por última vez el 27/08/2016).

- **Camus, Juan Carlos:** “Tienes 5 segundos. Gestión de contenidos digitales”. Licencia Creative Commons del tipo Atribución - No Comercial - Licenciar Igual 2.0 Chile.

- **Castells, Manuel:** “La ciudad informacional: tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional”. Madrid, Alianza Editorial, 1995.

- **Criado, Juan Ignacio; y Rojas Martín, Francisco (editores):** “Las redes sociales digitales en la gestión y las políticas públicas. Avances y desafíos para un gobierno abierto”. Barcelona, Escola d’Administració Pública de Catalunya, 2013.

- **Criado, María Inés:** “Hacia tres décadas de políticas culturales sostenidas. Experiencia de gestión de la Secretaría de Cultura y Educación de la Municipalidad de Berazategui”. Ponencia presentada en el *Primer encuentro por el Día Nacional de la Gestión Cultural* en la Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV), 2015.

- **Criado, María Inés:** “Las políticas públicas de la cultura en la Municipalidad de Berazategui, a tres décadas de proyecto cultural. Hacia un modelo de análisis de caso”. Trabajo Final de Grado de la Licenciatura en Políticas y Administración de la Cultura de la Universidad Nacional de Tres de Febrero (UNTREF), 2011.

- **Criado, María Inés:** “Políticas culturales de la Municipalidad de Berazategui. Experiencias de gestión”. Ponencia presentada en el *Seminario Internacional “Las políticas culturales locales: avances y avatares de una nueva ciudadanía”* en la Universidad Nacional de Tres de Febrero (UNTREF), 2015.

- **De Mena, Ana María:** “¡Cumplimos los quince! Evolución del Centro Cultural ‘León F. Rigolleau’”. Berazategui, EdiBer, 1993.

- **Dellagiovanna, Diego Hernán (compilador):** “20 años de cultura popular”. Berazategui, EdiBer, 2008.

- **Facebook.** Disponible en <https://newsroom.fb.com/products/> (consultado por última vez el 10/04/17).

- **García, Felipe; Portillo, Javier; Romo, Jesús; y Benito, Manuel:** “Nativos digitales y modelos de aprendizaje”. País Vasco, Eukasal Herriki Unibertsitatea. Disponible en <http://ceur-ws.org/Vol-318/Garcia.pdf> (consultado por última vez el 01/04/2017).

- **Gramsci, Antonio:** “Introducción a la filosofía de la praxis”. Barcelona, Edicions 62, 1970.

- **Guber, Rosana:** “La etnografía. Método, campo y reflexividad”. Bogotá, Grupo Editorial Norma, Colección *Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación*, 2001.

- **Hall, Stuart:** “Codificar/Decodificar”, en *Cultura, medios y lenguaje*. Londres, Hutchinson, 1980.

- **Hall, Stuart:** “La cultura, los medios de comunicación y el ‘efecto ideológico’”, en *Cultura, medios y lenguaje*. Londres, Hutchinson, 1980.

- **Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC):** Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010. Disponible en http://www.indec.gov.ar/nivel4_default.asp?id_tema_1=2&id_tema_2=41&id_tema_3=135 (consultado por última vez el 10/04/2017).

- **Jenkins, Henry:** “Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación”. Barcelona, Paidós, 2008.

- **Lessig, Lawrence:** “Las leyes del ciberespacio”. Taipei, presentado en la conferencia *Taiwan Net '98*, 1998.

- **Manovich, Lev:** “El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital”. Buenos Aires, Paidós, 2006.

- **Martinell Sempere, Alfons:** “Agentes y políticas culturales. Los ciclos de las políticas culturales”. Cataluña, Universitat de Girona, 2000. Disponible en <http://www.consultoresculturales.com/documentos01.pdf> (consultado por última vez el 09/04/2017).

- **Mattelart, Armand:** “Historia de la Sociedad de la Información”. Barcelona, Paidós, 2002.

- **McLuhan, Marshall:** “Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano”. Barcelona, Paidós, 1996.

- **Mosco, Vincent:** “La economía política de la comunicación”. Madrid, Ediciones Complutense, 2006.

- **Murolo, Norberto Leonardo:** “Nuevas Pantallas: un desarrollo conceptual”; en *Razón y Palabra. Primera revista digital en Iberoamérica especializada en comunicología*. México, N° 80, agosto – octubre 2012.

- **Nora, Simon; y Ming, Alain:** “La informatización de la sociedad”. México D.F., Fondo de Cultura Económica, 1980.

- **Oudshoorn, Nelly; y Pinch, Trevor (editores):** “How users matter. The co-construction of users and technology”. Cambridge, The MIT Press, 2005.

- **Prensky, Marc**: “Nativos Digitales, Inmigrantes Digitales”, en *En el Horizonte*. MCB University Press, Vol. 9, N° 5, octubre de 2009.

- **Riorda, Mario; y Valenti, Pablo (coordinadores)**: “Gobernautas y ciudadanos. Los gobernantes latinoamericanos y la gestión de redes sociales”. Banco Interamericano de Desarrollo (BID), 2016. Disponible en http://gobernauta.org/gobernautas_y_ciudadanos_completo.pdf (consultado por última vez el 01/04/2017).

- **Rodríguez Gallardo, Adolfo**: “La brecha digital y sus determinantes”. México, Universidad Autónoma de México (UNAM), Centro de Investigaciones Bibliotecológicas, 2006.

- **Sartori, Giovanni**: “Homo videns. La sociedad teledirigida”. España, Taurus, 1998.

- **Scolari, Carlos**: “Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales”. Barcelona, Gedisa, 2014.

- **Scolari, Carlos**: “Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva”. Barcelona, Gedisa, 2008.

- **Scolari, Carlos**: “Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan”. Barcelona, Deusto, 2013.

- **Valle de Solórzano, Diana Milena; Peña Cañas, Enma Veraliz; y Chacón Mendoza, Mario Lizandro**: “La representación de la política salvadoreña a través de ‘memes’ en la red social Facebook. Caso: candidatos a alcaldes en las elecciones 2015 por los municipios de San Salvador, Santa Ana y San Miguel”. Universidad de El Salvador (UES), San Salvador, 2015.

- **Williams, Raymond**: “Historia de la comunicación”. Barcelona, Bosch, 1992.

- **Williams, Raymond**: “Televisión, tecnología y forma cultural”. Buenos Aires, Paidós, 2011.

- **Wolton, Dominique**: “Internet, ¿y después?”. Barcelona, Gedisa, 2000.

- **Zallo, Ramón:** "Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital". Barcelona, Gedisa, 2011.