



FACULTAD DE
ARTE Y DISEÑO
Ciudad de las Artes

**Diseño narrativo transmedia para la comunicación
entre el CPC Mercado Norte y los vecinos de la
zona centro de la Ciudad de Córdoba**

AUTORES:

LUJÁN, ALEXIS MICAEL (2016)

SÁNCHEZ SORIA, TOMÁS (2016)

DIRECTORA: LIC. PÍA REYNOSO

CO DIRECTORA: LIC. SILVANA ACOSTA

TFL 2018

En las próximas páginas se encuentran palabras que sintetizan una investigación aplicada al campo del diseño. Entre líneas, está el acompañamiento de familia, amigos y docentes. Sin su apoyo e inspiración, ninguna de estas palabras podrían haber sido escritas, pensadas o bocetadas.

Desde donde estén, gracias.

Index

1. Tema y problema	5
2. Resumen	6
Supuesto de diseño	6
3. Palabras Clave	7
4. Síntesis conceptual	8
5. Introducción	9
6. Objetivos	10
General	10
Específicos	10
7. Marco Teórico	11
Diseñador difuso y diseñador experto	11
Narrativas Transmedia	11
Diseño Centrado en el Usuario	12
El destinatario como sujeto activo en la comunicación pública.	13
Descentralización: concepto	14
Antecedentes de la descentralización en Argentina	14
Los CPC, y la planificación de una ciudad descentralizada	15
Últimos avances en términos de descentralización	15
Sobre el alcance del CPC del Mercado Norte	16
Smart Cities	16
Transparencia y co-creación urbana	17
Comunicación de Gobierno	18
Recapitulación y articulación de conceptos clave	19
8. Metodología	20
9. Investigación	22
Análisis sobre antecedentes (Casos CABA y Rosario)	22
Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA)	23
Rosario	23
El caso "Decide Madrid"	24
Entrevistas	25
Conclusiones parciales	28
10. Propuesta de Diseño	30
Viabilidad	30
Relevamiento de la interfaz actual de "App Ciudadana"	30
Flujo de diseño	32
Arquetipos de usuarios	33
Escenario de uso	34
Propuesta de diseño: módulo "Proyectos participativos"	34
Criterios gráficos	38
Criterios de navegabilidad	38
Indicadores de evaluación	38
11. Conclusiones Finales	40
12. Bibliografía	43
Anexos	45
Anexo I	46
Anexo II	61
Anexo III	68

1. Tema y problema

El diseño narrativo transmedia como herramienta que sirve para mejorar el vínculo y fortalecer la relación entre el CPC Mercado Norte y los vecinos de la zona centro de la ciudad de Córdoba.

¿Cómo el diseño narrativo transmedia, entendido como un relato expandido que articula diversas plataformas, actores y lenguajes, puede contribuir a fortalecer vínculos participativos entre el CPC Mercado Norte y los vecinos de la zona centro de la ciudad de Córdoba?

2. Resumen

En un contexto marcado por los procesos de globalización, digitalización y transformación de las dinámicas ciudadanas, los gobiernos locales enfrentan el desafío de fortalecer sus estrategias de comunicación de gobierno para consolidar vínculos más claros y participativos con la comunidad. En la ciudad de Córdoba, los Centros de Participación Comunal (CPC) representan el eslabón principal de la descentralización municipal, sin embargo, sus estrategias comunicacionales no siempre acompañan las nuevas lógicas narrativas y multimediales que definen la interacción pública contemporánea.

Este trabajo busca desarrollar una propuesta donde se aplique el diseño narrativo transmedia como herramienta para mejorar el vínculo entre el CPC Mercado Norte y los vecinos de la zona centro de la ciudad de Córdoba.

A partir de los aportes de autores como Carlos Scolari y Ezio Manzini, se analizan los roles del Diseñador Difuso y el Diseñador Experto, así como la figura del Diseñador de Narrativas Transmedia, cuyo papel coordinador resulta clave para integrar relatos, plataformas y experiencias en un entorno comunicacional coherente.

La investigación indaga cómo la construcción de un mundo narrativo común, articulado entre medios físicos y digitales, puede favorecer una comunicación más efectiva, transparente y cercana, mejorando la relación entre institución y ciudadanía a través del prototipado de interfaz para la participación ciudadana en los canales digitales del CPC Mercado Norte. Asimismo, se propone aportar indicadores que orienten la producción de estrategias comunicacionales más coherentes, profesionales y ajustadas a las necesidades reales del territorio.

Supuesto de diseño

La incorporación de estrategias narrativas transmedia en la comunicación del CPC Mercado Norte, junto con dinámicas participativas, permitiría desarrollar procesos informativos más accesibles y comprensibles, fortaleciendo la percepción de cercanía, transparencia y utilidad social del organismo por parte de los vecinos de la zona centro de la ciudad.

3. Palabras Clave

Diseño de Narrativas Transmedia.

Diseñador Difuso y Experto.

Descentralización Municipal.

Comunicación de Gobierno.

4. Síntesis conceptual



Fig 4. Síntesis conceptual.

5. Introducción

En el actual contexto de globalización, digitalización y transformación de las dinámicas ciudadanas, los gobiernos locales se enfrentan al desafío de revisar y fortalecer sus estrategias de comunicación de gobierno para construir vínculos más claros, cercanos y participativos con la comunidad. En la ciudad de Córdoba, los Centros de Participación Comunal (CPC) constituyen el principal dispositivo de la descentralización municipal; sin embargo, sus prácticas comunicacionales no siempre logran integrar las narrativas en medios físicos y digitales que hoy conforman el entramado de la participación ciudadana.

En este marco, el presente Trabajo Final se enmarca entre el CPC Mercado Norte y en su relación con los vecinos de la zona centro de la ciudad de Córdoba, buscando entender cómo el diseño narrativo transmedia puede contribuir para fortalecer los vínculos participativos entre institución y ciudadanía. El trabajo adopta como recorte temporal los períodos de gestión municipal 2015–2019 y 2019–2023, con el fin de analizar cómo las distintas gestiones han desarrollado sus políticas de descentralización y caracterizar el impacto en las formas de informar, convocar y habilitar instancias de participación en el territorio.

Desde un enfoque proyectual sustentado en los aportes de Carlos Scolari y Ezio Manzini, se abordan los roles del Diseñador Difuso, el Diseñador Experto y la figura del Diseñador de Narrativas Transmedia, entendidos como actores clave para articular un mundo narrativo común entre medios físicos y digitales. A partir de esta perspectiva, el trabajo se propone diagnosticar el grado de integración y coherencia de las estrategias actuales del CPC Mercado Norte y avanzar en el diseño de una interfaz narrativa transmedia orientada a mejorar la accesibilidad, comprensión y percepción de cercanía, transparencia y utilidad social del organismo.

El alcance del trabajo se centra en explorar el potencial del diseño narrativo transmedia para desarrollar una propuesta de diseño aplicada a la comunicación política, que articule narrativas transmedia y participación ciudadana como herramientas de fortalecimiento del vínculo institución–comunidad. Esto se realizará a través del diagnóstico comunicacional del organismo y del prototipado de una interfaz para la participación ciudadana en sus canales digitales. En este marco, se incorporan la definición de indicadores de evaluación y la formulación de lineamientos proyectuales que orienten, en etapas posteriores, la validación del prototipo. Para ello, se combinan herramientas de análisis cualitativo, revisión documental y estudio de casos mediante etnografía virtual de entes similares a los CPC en Rosario y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, organizadas en capítulos que abordan el marco teórico desde el Diseño y la Ciencia Política, la caracterización institucional de los Centros de Participación Comunal, el diagnóstico de las prácticas comunicacionales y la formulación de la propuesta de interfaz narrativa transmedia.

6. Objetivos

General

- **Desarrollar una propuesta de diseño** basada en el diseño de narrativas transmedia, para el fortalecimiento de vínculos participativos entre el CPC Mercado Norte y los vecinos de la zona centro de la ciudad de Córdoba

Específicos

- Caracterizar el contexto institucional y comunicacional del CPC Mercado Norte y las políticas de descentralización municipal en los períodos 2015–2019 y 2019–2023, en relación con la comunicación de gobierno y la participación ciudadana.
- Mapear y analizar las estrategias de comunicación y diseño empleadas por el CPC Mercado Norte, considerando el rol del responsable de comunicación a la luz de los conceptos de “Diseñador Difuso” y “Diseñador Experto” (Manzini) y del Diseñador de Narrativas Transmedia.
- Diagnosticar el grado de integración y coherencia de las estrategias y narrativas transmedia presentes en los canales físicos y digitales del CPC Mercado Norte, y su impacto en la accesibilidad, comprensión y percepción de cercanía, transparencia y utilidad social por parte de los vecinos de la zona centro.
- Elaborar un prototipo de interfaz narrativa transmedia, articulada en la “App Ciudadana” que opere mecanismos de participación vecinal con el CPC Mercado Norte.
- Establecer indicadores de evaluación y lineamientos proyectuales que orienten la validación posterior del prototipo de interfaz

7. Marco Teórico

El presente marco teórico se organiza desde el **diseño** como disciplina proyectual central en la construcción de vínculos entre instituciones públicas y ciudadanía. Se parte del diseño como práctica social orientada a producir sentido, accesibilidad y experiencias comunicacionales significativas. Desde esta perspectiva, se revisan enfoques que permiten comprender cómo los ciudadanos participan, interpretan y co-construyen los mensajes públicos, recuperando categorías clave como diseño social, diseño centrado en el usuario y diseño de narrativas transmedia.

Sobre esta base disciplinar se incorporan aportes puntuales de la **ciencia política**, utilizados no como eje conceptual sino como contextualización necesaria para entender el funcionamiento de los CPC, la descentralización municipal y el rol de la comunicación gubernamental. Esta articulación permite situar el problema de diseño en un marco institucional específico, sin desplazar el foco del análisis —ni de la propuesta proyectual— fuera del campo del diseño.

Diseñador difuso y diseñador experto

Ezio Manzini, en el contexto de la innovación social, expone que cualquier talento humano puede llegar a convertirse en una habilidad, una disciplina y hasta en una práctica profesional. De la misma manera, todos tienen la capacidad de diseñar pero no todos son diseñadores competentes y pocos se convierten en diseñadores profesionales. El abanico de posibilidades para aquellos que diseñan radica entre los polos del diseñador difuso y del diseñador experto. Donde el difuso es puesto en marcha por “inexpertos” que hacen uso de su capacidad natural para diseñar, mientras que los expertos en diseño son personas formadas para actuar como tales de manera competente y se proponen a sí mismos como profesionales de esta disciplina.

Existen infinitas variantes y dinámicas entre ambos perfiles. Ante una situación que representa un problema, en primera instancia aplicamos nuestra capacidad de diseño natural a partir de cero, podemos hacer uso de una habilidad adquirida por una experiencia anterior y enriquecernos por el intercambio de información de otros que se han encontrado con esta dificultad en distintas situaciones. En última instancia, si esta habilidad resulta insuficiente, buscamos ayuda en los expertos: personas especialmente equipadas con herramientas conceptuales y operativas en las que basar los procesos de diseño.

Por lo tanto, el profesionalismo del diseñador no podrá estar supeditado a cuestiones estéticas únicamente, sino, como dijimos antes, al desarrollo de un proceso que propicie la eficacia en el mensaje.

En este aparente caos donde abundan las opciones y subjetividades, es el diseñador experto quien debe tomar relevancia. Un profesional experimentado, por su formación, en la selección de recursos y medios monomediáticos puede ofrecer un proceso de orden.

De esta manera es que, en la interacción que resulta del encuentro de estos dos polos, se producen nuevos aprendizajes que idealmente dan lugar a la sistematización de saberes y conocimientos que llegan a convertirse en nuevos estándares de consulta y referencia a la hora de abordar una problemática de diseño.

Narrativas Transmedia

En 2003, H. Jenkins propondría un nuevo concepto en la comunicación que marcará un antes y un después en la organización de esta multiplicidad de mensajes, medios y actores. En dicho artículo propone el concepto de “Narrativas Transmedia”. Pasarán 10 años para que el

concepto circule y pueda definirse de manera académica como “un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión”. (Scolari 2013). El concepto circula y circulará en análisis referidos a textos e historias ficticias, donde los grandes protagonistas son los comics, juegos y películas, pero que efectivamente, podría aplicarse a otros entornos. En un artículo publicado en el 2006, Randy Convington sostenía que “las organizaciones periodísticas deberían centrarse en las historias y no en las plataformas de distribución. Antes tenía sentido centrarse en la producción, pero en un entorno mediático interrelacionado como el actual, en el que los consumidores siguen las historias a lo largo del día a través de muchas fuentes, las organizaciones necesitan ir al encuentro de esos consumidores en lugares y formatos que sean significantes y relevantes para ellos.”¹ Es decir, si los medios periodísticos se planteaban hace más de una década la necesidad de salir al encuentro de sus lectores porque ellos también construyen noticias, ¿por qué el Estado no debería hacer lo mismo con la ciudadanía y generar espacios de difusión propiciada por los receptores de políticas públicas para que ellos también las difundan? De otra forma, como lo planteamos en el apartado anterior, la participación de la ciudadanía sería capaz de construir nuevos estándares de consulta y referencia.

Es en esta perspectiva donde se aprovecha la propuesta de Carlos Scolari: no solo aplicar las teorías y técnicas de las narrativas transmedia, sino la de empezar a considerar la necesidad de la formación de profesionales abocados a ordenar una misma narrativa a través de muchas plataformas. El diseño narrativo, “una rama del diseño (como el diseño de interiores, gráfico o industrial) especializada en la creación de mundos narrativos que se despliegan en muchos medios y plataformas, y donde los usuarios/fans tienen mucho para decir y hacer.” (Scolari 2017). Ante cada vez más plataformas, más recursos técnicos y por lo tanto, mayor especialidades en cada uno de ellos, una nueva disciplina dentro del diseño debería poder tener la capacidad de administrar todas estas habilidades y “colocarlas” dentro de la plataforma que mejor optimice la comunicación. Es que, salvando los años con la propuesta de Scolari, Frascara (*Diseño gráfico y comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito), plantearía que es necesario aprender de los ejecutivos publicitarios la capacidad de administrar diferentes perfiles profesionales con el fin de transformarla en beneficios para la sociedad. Es justamente el diseño el responsable de poder aunar estas contribuciones con el fin de mejorar el desempeño humano y la calidad de vida. “Esta propuesta, que hace del diseñador un coordinador multidisciplinario, requiere una expansión de su educación tradicional que provea la base necesaria para poder participar activamente en la formación y la conducción de estos grupos.” (Frascara, 1988, p. 24)

Diseño Centrado en el Usuario

El Diseño Centrado en el Usuario (DCU) se define como una filosofía y un proceso multidisciplinar que sitúa a las personas en el núcleo de cada decisión de diseño, con el objetivo de resolver necesidades específicas y garantizar una experiencia de uso satisfactoria. Académicamente, este enfoque se formaliza a través de la norma ISO 9241-210:2010, que lo describe como un sistema de desarrollo interactivo que busca mejorar la utilidad y usabilidad mediante la aplicación de factores humanos, ergonomía y técnicas de conocimiento del usuario.

A diferencia de los modelos de diseño tradicionales, el DCU trasciende la estética superficial para abordar la efectividad, la eficiencia y la satisfacción del usuario en un contexto de uso determinado. La usabilidad actúa como el pilar métrico fundamental de este marco,

¹ P.182. Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Scolari, Carlos Alberto. Barcelona, 2017. Tercera Edición. Editorial Deusto

asegurando que el producto no solo sea funcional, sino también comprensible e intuitivo, minimizando el esfuerzo cognitivo y los posibles errores operativos.

La evolución del DCU ha sido moldeada por figuras cuyas investigaciones transformaron la interacción humano-máquina en una ciencia de la experiencia.

Donald Norman: Considerado uno de los padres fundadores del término, Norman introdujo en 1986 los principios básicos del diseño de sistemas centrados en el usuario, enfatizando la importancia de alinear los “modelos mentales” del diseñador y del usuario. Destaca la relevancia de conceptos como la visibilidad, la retroalimentación y el *affordance* (capacidad de un objeto para sugerir su uso) como señales críticas para una interacción exitosa.

Jakob Nielsen: En 1993, Nielsen adaptó estos principios hacia una ingeniería de la usabilidad pragmática. Sus diez heurísticas de usabilidad —reglas generales que aseguran la consistencia, la prevención de errores y la visibilidad del estado del sistema— se mantienen hoy como el estándar global para la inspección y evaluación de interfaces digitales.

Jesse James Garrett: Autor de *The Elements of User Experience*, Garrett propuso un modelo estructural de cinco planos (estrategia, alcance, estructura, esqueleto y superficie) que permite organizar el proceso de diseño desde los objetivos más abstractos del negocio hasta el diseño visual más concreto de la interfaz.

Jorge Frascara: Desde el ámbito del diseño de información, Frascara postula que el diseño es “necesariamente centrado en el usuario” y debe ser ético, reconociendo al receptor como un individuo diferente y respetable en su diferencia. Para Frascara, el éxito del diseño gráfico profesional no reside en el estilo de moda, sino en la facilitación de los procesos de percepción, comprensión y memorización del mensaje.

El destinatario como sujeto activo en la comunicación pública.

Dentro de la deontología² del diseñador gráfico, definitivamente está el considerar al usuario final de sus producciones. Como menciona uno de los principales referentes intelectuales del diseño argentino: “El principio fundamental de lo ético en la comunicación es el reconocimiento del Otro como sujeto y no como un objeto” (*Frascara 1988*). No podemos, entonces, concebir dentro de la disciplina la enajenación del receptor, mucho menos en el contexto de nuestra investigación, donde es el destinatario principal de la comunicación entre el estado y la ciudadanía.

El desafío es poder tener, en primera instancia, una mayor responsabilidad con la utilización de los códigos ya que el interlocutor es el Estado. En una segunda instancia, la capacidad de síntesis debe ser mayor. La mayoría de las comunicaciones están dirigidas al público en general, por lo tanto, se debe considerar que las competencias lingüísticas deberán estar dirigidas para que “todos las entiendan”. Son casos muy puntuales donde el Estado deberá producir piezas técnicas, y por lo tanto, con un receptor que comprenda lenguajes más complejos.

Con respecto al uso de la semiótica y la retórica que se plantea en los párrafos anteriores, Frascara menciona que ninguna de las dos proveen los recursos necesarios para la toma de decisiones de diseño³, ya que su eje es meramente descriptivo y necesita un mayor grado de praxis otorgados por otras disciplinas. Será el trabajo interdisciplinar en conjunto con ciencias como la sociología, la psicología y otros campos pertinentes quienes les ofrezcan a los diseñadores mejores herramientas para la toma de decisiones. En el apartado siguen-

2 Deontología: proviene del griego y significa “lo que se debe hacer” “el deber”. Es la parte de la Ética que se ocupa de los deberes y obligaciones de los que ejercen la misma profesión. (Ética de la Información- Enric Prats 1987) Ed. UOC

3 P.95 - Diseño para la gente. Comunicación en masa y cambio social. Frascara, Jorge. Buenos Aires 1997. Ediciones Infinito Buenos Aires.

te indicaremos por qué la Ciencia Política es la más indicada para esta investigación. Será el trabajo interdisciplinario una posibilidad de generar piezas apropiadas y precisas para poder lograr con mayor eficacia el fin por parte del Estado.

También debemos tener en cuenta que, en el contexto en el que hablamos, utilizar los términos emisor y receptor sería una subestimación. Desde una perspectiva sociosemiótica, Eliseo Verón (1987) propone una redefinición que reconoce en los emisores un rol de productor, y en los receptores el reconocimiento e interpretación de esos discursos. Justamente, la pluralidad de contextos y lenguajes de la población, la velocidad de los mensajes, sus múltiples respuestas y la diversidad de canales nos obligan a, como venimos diciendo, revalorizar a quienes son los destinatarios de nuestra comunicación. Más allá de que algunas plataformas o medios permitan con mayor facilidad una respuesta, como son las redes, en todas las situaciones posibles se debe buscar e idear la forma de poder escuchar esas devoluciones, en búsqueda de la finalidad más básica de toda comunicación. Los encargados de la comunicación deberían poder reconocer si aquel mensaje producido y enviado fue comprendido de la manera que se esperaba.

Descentralización: concepto

La descentralización, como lo planteamos en este trabajo, se refiere al proceso de delegación de los poderes políticos, fiscales y administrativos a unidades distintas al municipio. Aunque existen muchos puntos de partida y estrategias para descentralizar, esta descentralización consiste en la distribución del gobierno en divisiones elegidas localmente. La descentralización puede consistir en el establecimiento de esos gobiernos, su restablecimiento después de un período de régimen autoritario o la expansión de los recursos o responsabilidades de los gobiernos elegidos ya establecidos.

Desde luego, existen otras formas de dispersar el poder de los ministerios del gobierno central. Una de ellas es la desconcentración, en la cual el gobierno central aumenta la autonomía de sus oficinas regionales (Shahid Javed Burki Guillermo E. Perry William R. Dillinger, 1999).

Esta forma se ha usado de manera generalizada en América Latina, con frecuencia como medida precursora de la transformación de gobiernos regionales en entidades políticas independientes.

Otra forma es la privatización, mediante la venta de activos, la adjudicación de concesiones y a través de alianzas entre el sector público y privado. (Shahid Javed Burki Guillermo E. Perry William R. Dillinger, 1999).

En la descentralización, la estructura de la responsabilidad local del gobierno central se desplaza a los componentes locales. En la desconcentración, en cambio, se conservan las relaciones jerárquicas entre el gobierno central y los funcionarios locales. Con la privatización se incorpora la motivación de lucro como influencia en el comportamiento. Aunque en la práctica se pueden emplear las tres formas simultáneamente, sus repercusiones políticas, fiscales y administrativas son muy diferentes. La descentralización debe considerarse como única.

Se sostiene que uno de los beneficios de la descentralización es su capacidad de mejorar la eficiencia y capacidad de respuesta del gobierno. De acuerdo a este argumento, los funcionarios locales conocen mejor las condiciones locales que los funcionarios del gobierno central y por consiguiente están mejor capacitados para responder a los gustos y preferencias locales. (Shahid Javed Burki Guillermo E. Perry William R. Dillinger, 1999).

Antecedentes de la descentralización en Argentina

La estructura federal de Argentina data de 1853. Desde un comienzo, las provincias han elegido a sus gobernadores y su poder legislativo.

Con la retirada de los militares en 1983, Argentina regresó a su anterior estructura federal. Los esfuerzos de descentralización emprendidos por los posteriores gobiernos civiles han sido relativamente escasos. Durante el gobierno de Carlos Menem (1989 -1999), el control de los hospitales federales y de las escuelas secundarias fue transferido a las provincias (que ya se hacían cargo de todas las escuelas básicas y la mayoría de las secundarias). A la Capital Federal se le otorgó la condición de estado, con un gobernador y parlamento elegido. Al mismo tiempo, el gobierno federal aumentó su control sobre las provincias (particularmente sobre las más pequeñas), estimulando el cierre de bancos provinciales y federalizando los fondos de pensiones provinciales. Los cambios en las leyes electorales también eliminaron la facultad que tenían los parlamentos provinciales de elegir a sus representantes en el senado federal (actualmente los senadores se eligen en forma directa). En los niveles inferiores al provincial, Argentina sigue siendo altamente centralizada. Si bien los gobernantes y consejeros municipales se eligen, sus responsabilidades funcionales son restringidas y casi no cuentan con facultades independientes para generar ingresos.

Los CPC, y la planificación de una ciudad descentralizada

En la década del 80, se comenzó en la ciudad de Córdoba, un proceso sin precedentes en el país. Con la dirección del arquitecto Ángel Roca se empezó a planificar una ciudad descentralizada, y se proyectaron varios centros que funcionarán como oficinas del estado municipal para que los vecinos pudieran hacer trámites, resolver problemas y participar de las decisiones que toma el estado municipal. En 1994 este proceso de descentralización culminó en la creación de los Centros de Participación Comunal CPC, que si bien nunca lograron todo lo propuesto en el proyecto original, resolvieron muy bien cuestiones de distancias y de concentración de personas en las oficinas ubicadas en el palacio 6 de Julio en el centro de la ciudad, y acercaron a la municipalidad a los barrios y a los vecinos.

Últimos avances en términos de descentralización

En la administración comprendida entre los años 2019 y 2023, se registraron avances notables en el proceso de descentralización de la gestión municipal en la ciudad de Córdoba, enfocándose primordialmente en dos ejes de desarrollo. El primero de estos ejes consistió en la creación de **Centros Operativos** asociados a los Centros de Participación Comunal (CPC), cuyo objetivo fue agilizar la atención y resolución de las necesidades y reclamos de la comunidad en ámbitos diversos como el alumbrado público, el bacheo, el mantenimiento de plazas, la higiene urbana, la limpieza de terrenos baldíos y la poda. Dichos centros operativos se dotaron de un amplio espectro de herramientas y maquinaria, incluidos camiones, minicargadoras, hidrolavadoras y generadores eléctricos, con el fin de ejecutar labores de manera más eficaz y en tiempos reducidos⁴. El propósito fundamental de estos centros es minimizar la demora en la respuesta a los reclamos vecinales y llevar a cabo trabajos de mantenimiento y mejoras de escala menor en diversas zonas de la ciudad.

El segundo eje de desarrollo se centró en la construcción de nuevos (CPC), incrementando su número a 16 con la finalización del año 2023⁵. Este aumento refleja un esfuerzo por expandir la cobertura y accesibilidad de los servicios municipales, facilitando así una gestión más cercana y directa con los habitantes de la ciudad. La adición de estos nuevos CPC busca fortalecer la infraestructura existente para la descentralización, permitiendo una distribución

4 <https://gobiernoabierto.cordoba.gob.ar/data/datos-abiertos/categoria/geografia-y-mapas/centros-operativos/3182>

5 <https://www.google.com/maps/d/u/0/edit?mid=1LTAKjeSFMYAqkcbaFaoN64TUn76s5jo&usp=sharing>

más equitativa de los recursos y servicios municipales, y reafirmando el compromiso de la administración con la mejora continua en la calidad de vida de sus ciudadanos.

Sobre el alcance del CPC del Mercado Norte

En la división territorial el CPC, a noviembre del 2025 es centro de atención al 10.2% de la población de Córdoba, aproximadamente unos 392.000 vecinos según el Censo 2022, atendiendo a los barrios: Alberdi, Bajada San Roque, Bella Vista, Cáceres, Centro, Cupani, Ducasse, Güemes, Maurizi, Nueva Córdoba, Observatorio, Paso de los Andes, Providencia, Quinta Santa Ana, Rogelio Martinez (15 en total) en una superficie de 15 km². Ver figura 7.1.

Para dimensionar la necesidad y justificación de estos procesos de descentralización. Esta mancha urbana podría ser comparada con dos capitales provinciales. San Salvador de Jujuy y Posadas, poseen según datos del Censo 2022 poblaciones similares, pero en ejidos urbanos de 25,5 km², 70% mayor a la superficie del área administrativa del CPC, y 308 km², unas 20 veces más grande.

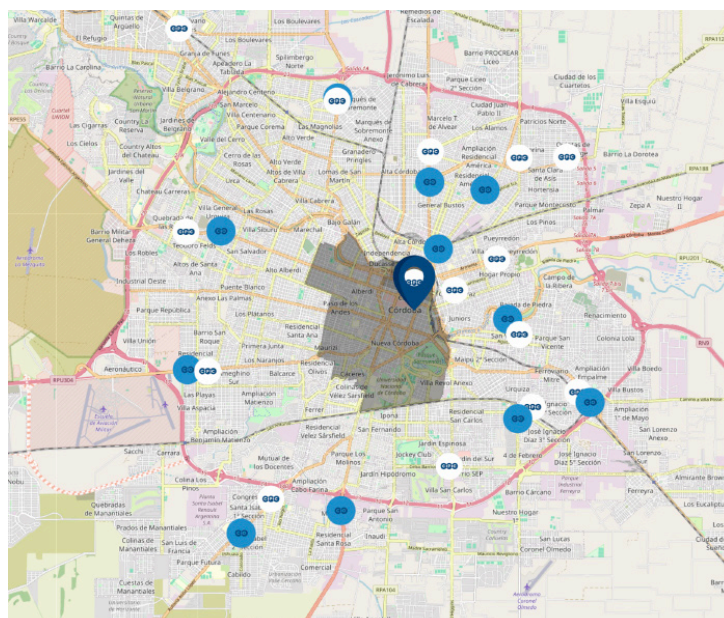


Fig 7. En gris, delimitación territorial del área de responsabilidad del CPC Mercado Norte.

Smart Cities

Las *Smart Cities* o ciudades inteligentes se caracterizan por la incorporación de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) orientadas a mejorar la eficiencia urbana, la sostenibilidad y la calidad de vida. En paralelo, la descentralización se refiere al proceso de transferencia de competencias, recursos y responsabilidades desde el gobierno central hacia los gobiernos locales. En la intersección entre ambos enfoques se consolidan una serie de sinergias: la descentralización fortalece la capacidad de las administraciones locales para interpretar con mayor precisión las necesidades situadas de sus comunidades y, en ese marco, el paradigma de ciudad inteligente aporta herramientas de relevamiento, procesamiento y análisis de datos en tiempo real que robustecen la planificación y la toma de decisiones públicas. En línea con esto, Caragliu, Del Bo y Nijkamp (2018)⁶ sostienen que la descentralización puede

6 Caragliu, A., Del Bo, C., & Nijkamp, P. (2018). Smart cities and the future of urban living. Springer.

constituir un factor clave para el éxito de las Smart Cities, en tanto favorece la coordinación entre actores locales y habilita condiciones para una mayor participación ciudadana.

A su vez, uno de los propósitos centrales de la descentralización es ampliar el involucramiento de la ciudadanía en el desarrollo y la gestión de su entorno urbano. En este punto, las Smart Cities despliegan plataformas digitales y soluciones tecnológicas de comunicación que pueden operar como canales efectivos para informar, consultar e incorporar aportes de los vecinos en decisiones y proyectos urbanos. Desde una perspectiva crítica, Hollands (2008)⁷ plantea que el modelo de ciudad inteligente puede funcionar como un instrumento que incrementa el control local sobre recursos y procesos de toma de decisiones, siempre que su implementación se articule con estructuras de gobernanza próximas al territorio y no se limite a una lógica meramente tecnocrática.

La descentralización también se vincula con el objetivo de mejorar la eficiencia institucional y fortalecer la transparencia en la administración pública. En este sentido, el uso de tecnologías asociadas al análisis de grandes volúmenes de datos y a la trazabilidad de la información (por ejemplo, big data y, en determinados casos, blockchain) abre oportunidades para optimizar la gestión de recursos y servicios, así como para ampliar prácticas de rendición de cuentas. Sin embargo, tal como advierte Kitchin (2015)⁸, estos desarrollos no están exentos de riesgos —vinculados a la vigilancia, el sesgo en los datos o la exclusión—, por lo que una gobernanza descentralizada y situada puede contribuir a mitigar dichas problemáticas al promover un mayor control local sobre los datos, la infraestructura tecnológica y sus criterios de uso.

Transparencia y co-creación urbana: potencial del transmedia en la escala municipal

La confluencia entre las ciudades inteligentes, la descentralización y el diseño de narrativas transmedia ofrece una serie de ventajas significativas que pueden enriquecer la experiencia urbana, promoviendo una participación más activa de la ciudadanía en la dinámica municipal. Entre los beneficios destacados se encuentran:

- **Fomento de la participación ciudadana:** El empleo de narrativas transmedia se erige como una herramienta potente para informar, educar y entretener a la población acerca de los múltiples aspectos que conforman la Smart City. Este enfoque no solo facilita la implicación de los ciudadanos en procesos de toma de decisiones, sino que también contribuye a la construcción de una sociedad informada y comprometida con su entorno.
- **Fortalecimiento del sentido de comunidad:** A través de las narrativas transmedia, se puede generar un espacio virtual interactivo que incentive a los ciudadanos a intercambiar ideas y visiones sobre el futuro deseado para su ciudad, favoreciendo la creación de un tejido social más cohesivo y colaborativo.
- **Incremento en la transparencia y rendición de cuentas:** La aplicación de estas narrativas ofrece un medio efectivo para comunicar las acciones del gobierno local, promoviendo así una gestión pública más transparente y abierta al escrutinio ciudadano.

No obstante, la implementación de estas estrategias enfrenta desafíos importantes, como asegurar el acceso equitativo a la tecnología necesaria, promover la alfabetización digital de la población para que pueda aprovechar plenamente estos recursos, y proteger la privacidad de los datos personales de los participantes.

7 Hollands, R. G. (2008). Will the real smart city please stand up? Intelligent city research in Europe. *Journal of Urban Technology*, 15(2), 207-225.

8 Kitchin, R. (2015). *The real smart city? Governing urban futures*. Sage.

Comunicación de Gobierno

En el ámbito de la Ciencia Política, la Comunicación Política se destaca como uno de los campos que suscita mayor interés. Entre la diversidad de especializaciones que conforman esta disciplina, la Comunicación Política se caracteriza por la incorporación extensiva de profesionales con sólidas habilidades técnicas. La creciente demanda de estos especialistas se atribuye no tanto a una formación académica específica en Ciencia Política, sino más bien a su competencia técnica adquirida en áreas como la oratoria, la producción de material gráfico y audiovisual, el diseño de vestuario y la gestión de redes sociales.

Por esta razón realizamos el recorte en Comunicación de Gobierno, dentro del campo de la Comunicación Política (ComPol), proceso de formación de las relaciones de poder a través de la comunicación en el espacio público, que en la sociedad red se define principalmente por la interacción entre redes de comunicación digital y medios de masas⁹. En este subcampo pueden distinguirse distintas subáreas o líneas de abordaje. Podemos dividirla en:

- **Comunicación electoral:** según Riorda y Valenti (2016), se define como un subconjunto de la comunicación política que se centra específicamente en el contexto de las campañas electorales. Esta forma de comunicación se distingue por su naturaleza temporal, delimitada principalmente al periodo que antecede a una elección. Su propósito esencial es influir en la percepción y el comportamiento del electorado, mediante la promoción de candidatos, ideologías políticas o propuestas de partidos. A diferencia de otras modalidades de comunicación política o gubernamental, la comunicación electoral adopta un enfoque más directo y persuasivo, empleando con frecuencia estrategias y técnicas derivadas del marketing y la publicidad para abordar y captar un espectro amplio de votantes. Adicionalmente, esta forma de comunicación se encuentra sujeta a regulaciones específicas impuestas por la legislación electoral, que establece los parámetros de su ejecución y alcance.¹⁰
- **Comunicación gubernamental:** se refiere a la comunicación oficial realizada por los gobiernos en sus diversas instancias. Esta comunicación se caracteriza por su objetivo de informar al público sobre políticas, programas, servicios y decisiones gubernamentales. A diferencia de la comunicación electoral, que es temporal y centrada en campañas, la comunicación gubernamental es continua y se orienta hacia la transparencia, la educación cívica y el fortalecimiento de la confianza en las instituciones públicas. Además, debe cumplir con estándares de claridad, precisión y accesibilidad, respetando las normativas legales y éticas que rigen la difusión de información pública. Esta modalidad de comunicación es fundamental para el mantenimiento de una sociedad informada y para la promoción de la participación ciudadana en los asuntos públicos (Riorda y Valenti, 2016).
- **Comunicación de prevención /crisis:** como describe Coombs (2014), es una especialización dentro del campo de la comunicación estratégica que se enfoca en la gestión y transmisión de información durante situaciones de emergencia o crisis. Esta forma de comunicación es crítica para las organizaciones, incluidos los gobiernos, en momentos donde eventos imprevistos o negativos amenazan su operatividad o reputación. A diferencia de la comunicación gubernamental rutinaria o la comunicación electoral, la comunicación de crisis se caracteriza por su naturaleza reactiva y su enfoque en mitigar el impacto negativo de los eventos adversos. Requiere rapidez, precisión, y una gestión eficaz de la información para reducir la incertidumbre y mantener la confianza pública. Además, es esencial que esta comunicación sea coherente, transparente y responsable, para efectivamente manejar la percepción pública durante el periodo de crisis.¹¹

9 Castells, M. (2009). Comunicación y poder. Alianza Editorial.

10 Riorda, M., & Valenti, P. (2016). Gobernautas y ciudadanos. Los gobernantes latinoamericanos y la gestión de redes sociales. Washington, EEUU: BID.

11 Coombs, W. T. (2014). Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

La importancia de fomentar el estudio y la aplicación en el ámbito de la comunicación gubernamental, radica en propiciar una convivencia entre gobernantes y ciudadanos, buscar fortalecer las políticas que se realicen y generar políticas públicas acordes a las necesidades de un grupo social determinado.

Poder entender algunos elementos básicos como códigos, canales y lenguaje, ayudarían a profesionales del diseño y la comunicación para, no solo favorecer la apropiación de estos consensos que se realizan, sino también a fomentar la participación y la búsqueda de nuevas demandas.

Recapitulación y articulación de conceptos clave

La revisión conceptual realizada permite afirmar que el **diseño** constituye el núcleo disciplinar desde el cual se comprende y aborda la problemática comunicacional del CPC Mercado Norte. El diseño social aporta criterios para pensar la comunicación pública como una práctica orientada al bienestar y a la construcción de experiencias claras, accesibles y emocionalmente significativas. A su vez, la noción de diseñador experto y diseñador difuso permite identificar tensiones en la producción actual de contenidos institucionales, especialmente cuando la comunicación recae en actores sin formación disciplinar específica.

Las narrativas transmedia, abordadas desde el diseño, ofrecen un enfoque capaz de integrar plataformas, coordinar mensajes y favorecer la participación ciudadana mediante relatos que se expanden en múltiples medios. Su aporte no reside sólo en lo tecnológico, sino en su potencia para estructurar mundos narrativos públicos que articulen coherentemente información, servicios y experiencias.

Por fuera del eje disciplinar específico, los aportes de la **ciencia política** permiten contextualizar este análisis: la descentralización municipal, la estructura de los CPC y las dinámicas de comunicación de gobierno definen el escenario donde se inserta la propuesta.

Integrando ambas dimensiones, el marco teórico ofrece una base sólida para comprender el problema de diseño, orientar el diagnóstico y fundamentar la elaboración de una interfaz narrativa transmedia que mejore la relación comunicacional entre el CPC Mercado Norte y los vecinos de la zona centro de la ciudad.

8. Metodología

En el plano metodológico, el trabajo se apoya en un abordaje cualitativo de carácter exploratorio, pensado para comprender cómo se produce, circula y se recibe la comunicación del CPC Mercado Norte y, a partir de ese diagnóstico, sustentar decisiones de diseño para la propuesta.

Para ello, se organiza en dos recorridos complementarios:

- **Trabajo de campo con actores clave** del entramado municipal y del CPC, a través de entrevistas en profundidad orientadas a reconstruir lógicas internas, criterios de publicación, circuitos de validación y modos de vinculación con Palacio 6 de Julio;
- **Un relevamiento y análisis del ecosistema digital**, mediante etnografía virtual y un registro sistemático de las plataformas institucionales de casos comparables que permitan identificar patrones, recursos narrativos y estrategias replicables en clave transmedia.

En este marco, la investigación asume como intención específica mapear y analizar las estrategias de comunicación y diseño implementadas por el CPC Mercado Norte, poniendo el foco en el rol del responsable de comunicación. Esta perspectiva permite problematizar cómo se toman las decisiones proyectuales en la práctica cotidiana (aunque no siempre se nombren como “diseño”), qué grado de especialización o profesionalización interviene en la producción de piezas y mensajes, y cómo esas condiciones inciden en la eficacia comunicacional y en las posibilidades de construir vínculos participativos con la ciudadanía.

Investigación de medios online

La investigación online se plantea como una instancia orientada a relevar y mapear antecedentes en el campo de la descentralización municipal, a partir del análisis de otros entes y dependencias territoriales con dinámicas institucionales comparables. El propósito de este recorrido es construir un marco de referencia que permita reconocer estrategias de comunicación y diseño ya implementadas en experiencias similares, identificar patrones de producción y circulación de mensajes, y detectar recursos narrativos, formatos y modos de interacción que resulten transferibles a una propuesta en clave transmedia. En este sentido, el mapeo funciona como un insumo para fundamentar decisiones proyectuales: no se busca evaluar un caso particular, sino comprender regularidades y prácticas recurrentes en entornos donde la gestión local y el vínculo con la ciudadanía se articulan a través de plataformas digitales.

Para este abordaje, se recurre a la **etnografía virtual**, entendida como una técnica que permite observar el comportamiento de las redes sociales a partir de una descripción cualitativa. A este análisis se pueden sumar herramientas tecnológicas, algunas de acceso abierto, que ayudan a dimensionar el alcance de las publicaciones, su nivel de circulación o la frecuencia con la que ciertos anuncios son retomados vía *APIs* (por ejemplo, a través de métricas disponibles en servicios de analítica). Asimismo, se incorporan instrumentos propios de plataformas como *X* (ex- *Twitter*) para monitorear conversaciones públicas y rastrear tendencias en un arco temporal, y se contempla la indagación en entornos como *Facebook* e *Instagram* desde una perspectiva cualitativa, atendiendo a los flujos de publicación y a los indicadores de interacción (o *engagement*) que habilitan estas plataformas (compartidos, reacciones/me gusta y comentarios). De este modo, la investigación online permite sistematizar prácticas

comunicacionales observables en experiencias de descentralización, integrando la mirada descriptiva con datos de circulación e interacción que enriquecen la lectura del fenómeno.

Este trabajo será un estudio preliminar que permita sistematizar la información previamente recolectada a través de modelos *top-down* (mensajes por parte de los administradores de los perfiles digitales) y *bottom-up* (respuesta por parte de la ciudadanía) logrando así una mejor aproximación a la conversación por parte de ambos productores de mensajes.

Debido a la falta de criterios explícitos de posteo de publicaciones por parte de los administradores, se realizará un muestreo aleatorio sistemático, con el fin de poder superar la diferencia entre la frecuencia y la cronología de los contenidos publicados.

9. Investigación

La ejecución de la propuesta metodológica se ve reflejada en este capítulo. Este apartado consta de dos partes, una primera con la investigación de antecedentes de Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Rosario. En otra parte, la secuencia de entrevistas realizadas a diversas autoridades locales y referentes de diseño que permiten reflejar la realidad de la ciudad de Córdoba para la investigación.

Análisis sobre antecedentes (Casos CABA y Rosario)

Para el análisis del mismo se escogió, debido a los recursos que tenemos al alcance, abordarlas siguiendo el primer esquema de investigación online, logrando así, dos tipos de resultados:

Por un lado, un análisis cuantitativo donde comparamos entre las cuentas de las 15 comunas de Capital Federal y los 6 Distritos rosarinos los siguientes indicadores:

Facebook

Indicadores:

- Me gusta en la página
- Publicaciones
- Reacciones en las publicaciones
- Comentarios
- Compartidos
- Engagement* (interacciones cada 1000 usuarios de alcance)

X (ex - Twitter)

Indicadores:

- Seguidores
- Siguiendo
- Tweets*
- Me gusta
- Re-tweet

Instagram

Indicadores:

- Seguidores
- Publicaciones
- Me gusta
- Comentarios
- Engagement* (interacciones cada 1000 usuarios de alcance)

Por el otro lado, un análisis más bien de carácter cualitativo donde se analiza, independientemente de la red: los recursos gráficos como fotos de perfil, portadas; la calidad de datos en información brindados en los perfiles de las redes sociales; la coherencia con la identidad gráfica municipal correspondiente; tipo de posteos y sus respectivas interacciones, haciendo hincapié en los comentarios con los usuarios.

Para la selección de los posteos a analizar se estableció una ventana temporal acotada de 30 días (equivalente a cuatro semanas), definida entre el 15 de noviembre y el 15 de diciembre de 2018. Este recorte busca delimitar un corpus manejable y comparable, pero a la

vez suficientemente amplio como para captar la diversidad de contenidos, ritmos de publicación y temas que pueden desplegarse en los distintos canales de comunicación institucional en el marco de una gestión.

Dentro de ese período se aplicó un muestreo aleatorio sistemático: se seleccionaron unidades de análisis siguiendo un intervalo regular y, con el fin de reducir sesgos de proximidad temática o de coyuntura, se incorporó un salteo predefinido en la secuencia de selección. Esta decisión metodológica permitió introducir mayor variabilidad en el corpus y evitar que la muestra quedara concentrada en series de publicaciones consecutivas sobre un mismo asunto.

Dentro de las variables de control, nos basamos en las sugerencias obtenidas de experiencia previa sobre la frecuencia del posteo, por lo tanto tomamos: 5 publicaciones para *Facebook*, 8 publicaciones para *Twitter* y 3 publicaciones para *Instagram*. Para ello se realizará un salteo sistemático de 2 posteos en cada red social para abarcar una dispersión temporal como a su vez una ejecución aleatoria.

Para sostener la claridad expositiva, en el cuerpo del trabajo se desarrollará el análisis e interpretación de los resultados obtenidos en la investigación online, recuperando los hallazgos más relevantes para la toma de decisiones proyectuales. La sistematización completa de la información relevada, organizada en cuadros, se encuentra disponible en el **Anexo I**, donde se presenta el registro integral del mapeo realizado.

COMO RESULTADO DEL ANÁLISIS DEL MISMO PODEMOS CONCLUIR QUE:

Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA)

El análisis etnográfico de las redes de las Comunas de CABA muestra un modelo de comunicación fuertemente centralizado y poco participativo, que funciona como antecedente para pensar la situación del CPC Mercado Norte. En *Facebook* predomina la emisión unidireccional: los contenidos se organizan prolijamente según las recomendaciones de la plataforma y se concentran en efemérides, actividades municipales e información de rutina, pero la respuesta a los usuarios es prácticamente nula (sólo alrededor del 4% de las intervenciones obtiene una respuesta concreta y apenas un 2,7% algún tipo de reacción). *X* replica esta lógica: se usa “por mandato institucional”, con publicaciones que parecen automatizadas desde *Facebook*, una relación sospechosa entre cantidad de seguidores e interacciones y ausencia casi total de conversación. En *Instagram* la presencia institucional es marginal (solo se identifica una cuenta activa, que representa menos del 7% del enfoque digital relevado), dificultando la construcción de un ecosistema digital consistente con el enfoque de narrativas transmedia. **En conjunto, estas prácticas evidencian una baja apropiación ciudadana reflejado en el bajo engagement, tensionando con el supuesto de diseño planteado en este trabajo.**

Rosario

Muestra un escenario más cercano al supuesto de diseño, aunque todavía con limitaciones para una narrativa transmedia plenamente participativa. En *Facebook* se observa coherencia estética y discursiva con la estrategia general de comunicación municipal, buen uso de fotografía y una línea de identidad visual alineada con la marca ciudad. Los contenidos se orientan a eventos y acciones sociales, y, a diferencia de *CABA*, se registra una búsqueda explícita de interacción a través de “me gusta” y respuestas concretas a las consultas de los usuarios, lo que favorece una percepción de mayor cercanía y atención.

En *X*, la comunicación combina información de servicio, actividades sociales, respuesta a reclamos y una fuerte promoción del presupuesto participativo. Si bien la periodicidad sigue siendo un punto débil, se observa un uso más estratégico de menciones, etiquetas y

hashtags, incluyendo a actores políticos relevantes, lo que amplía el alcance de los mensajes y densifica la red de interacciones. Sin embargo, la ausencia de cuentas identificables en Instagram impide consolidar un mundo narrativo expandido entre plataformas. **En este marco, Rosario ofrece un caso intermedio: muestra avances hacia comunicaciones más accesibles y participativas, pero aún fragmentadas desde la lógica transmedia.**

El caso “Decide Madrid”

Entre experiencias que tuvieron éxito en este enfoque de hacer partícipe a los ciudadanos en

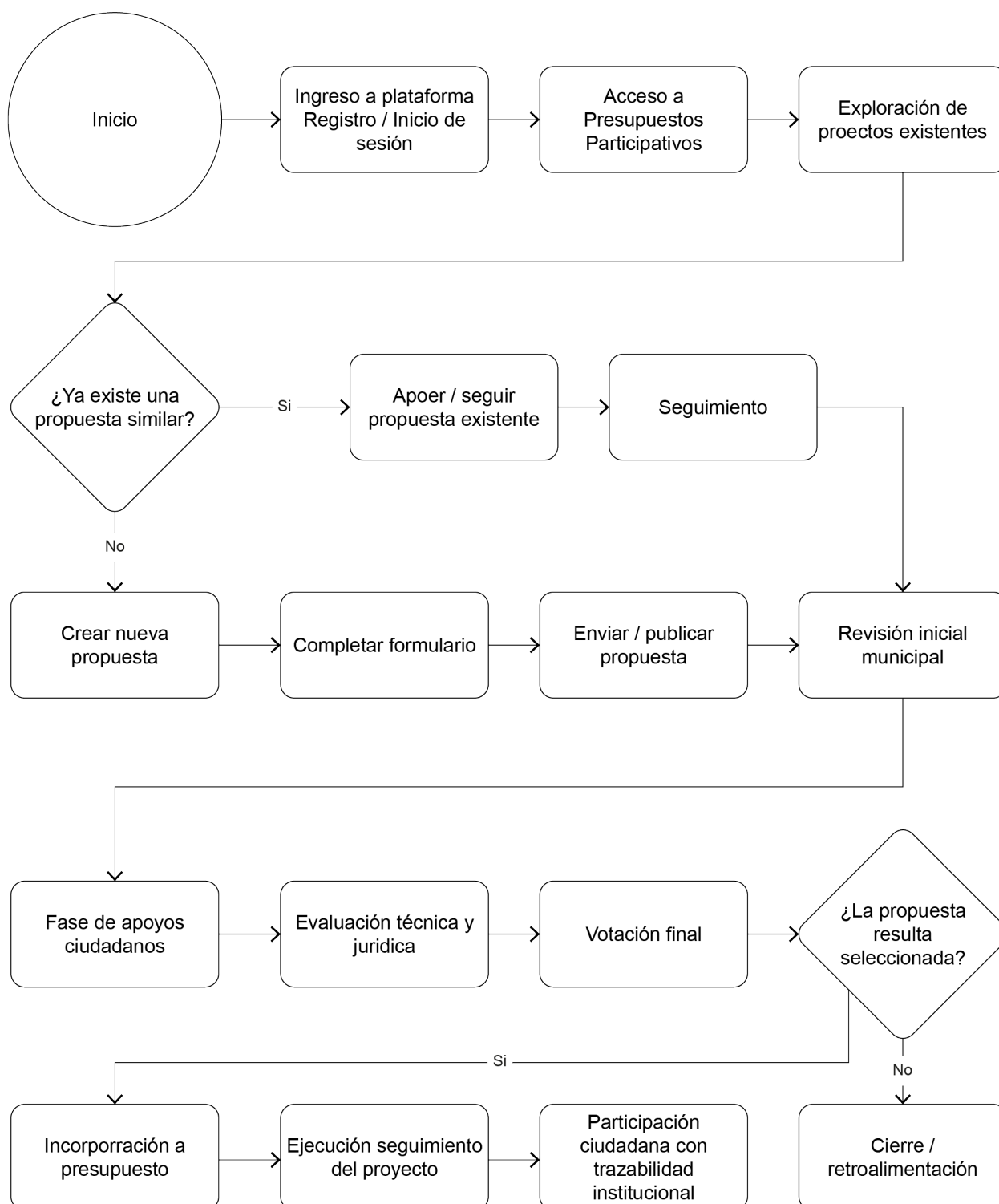


Fig 9.1. Flujo de funcionamiento de la app Decida Madrid. Recorrido del usuario para presentar una propuesta.

la toma de decisiones en gobiernos locales, se encuentra **Decide Madrid**, la plataforma digital de participación ciudadana del Ayuntamiento de Madrid.

Funciona como un portal donde cualquier persona empadronada (mayor de 16 años) puede intervenir de forma directa en asuntos municipales: proponer ideas, debatir con otros vecinos, votar en consultas ciudadanas y decidir el destino de una parte del presupuesto público a través de los presupuestos participativos.

La plataforma se organiza en varios módulos: **Propuestas ciudadanas** (ideas para mejorar la ciudad que pueden ser apoyadas por otros hasta llegar a una votación), **Debates** (espacios de deliberación y argumentación entre vecinos), **Procesos y consultas públicas** (para opinar sobre normativas, planes o proyectos municipales) y Presupuestos participativos, donde se decide qué proyectos se financian con una partida específica del presupuesto. Ver figura 9.1.

Decide Madrid no solo ha sido una experiencia pionera de participación electrónica, sino que además ha recibido importantes reconocimientos internacionales. **En 2018 obtuvo el Premio al Servicio Público de las Naciones Unidas (UN Public Service Award)**, en la categoría “Hacer que las instituciones sean inclusivas y garantizar la participación en la toma de decisiones”, siendo uno de los ocho proyectos ganadores entre centenares de candidaturas globales y el único de carácter europeo en su categoría. Este galardón valoró especialmente su capacidad para abrir la gobernanza local, facilitar que la ciudadanía formule propuestas de manera directa y articular procesos de decisión más transparentes e inclusivos. Además, Decide Madrid y la tecnología abierta sobre la que se construye (CONSUL) han sido incorporadas como buena práctica de innovación pública en el Observatorio de Innovación del Sector Público de la OCDE (OPSI) y señaladas como iniciativa ejemplar de participación ciudadana por organismos como el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Unión Europea y redes internacionales de gobierno abierto. Estos reconocimientos consolidan a Decide Madrid como un referente global en diseño de plataformas digitales para la democracia participativa.

CÓMO FUNCIONA

Su funcionamiento se estructura a partir de diferentes modalidades de participación, entre ellas la presentación de propuestas ciudadanas, los debates, las consultas y votaciones, y los presupuestos participativos. De este modo, la plataforma no se limita a operar como un canal informativo, sino que habilita distintos grados de intervención de la ciudadanía sobre asuntos vinculados con la gestión municipal.

En el caso de los presupuestos participativos, el proceso se organiza de manera secuencial. En una primera instancia, las personas pueden presentar proyectos de inversión para toda la ciudad o para un distrito determinado. Posteriormente, las propuestas ingresan en una etapa de apoyos ciudadanos que permite priorizarlas. Aquellas que superan esta instancia son evaluadas por equipos técnicos municipales para determinar su viabilidad jurídica, técnica y presupuestaria. Finalmente, los proyectos considerados viables pasan a una instancia de votación ciudadana, a partir de la cual se seleccionan aquellos que serán incorporados a la planificación y ejecución municipal.

El relevamiento visual del funcionamiento se registra en el Anexo II.

Entrevistas

Las entrevistas se plantean como entrevistas en profundidad, orientadas a recuperar testimonios y puntos de vista que permitan comprender el fenómeno desde la experiencia de

quienes lo gestionan y lo comunican. Se busca reconstruir, a partir de la voz de representantes y responsables, cómo se organiza y qué implica la actividad del CPC (y su articulación con el entramado territorial), cuáles son las tareas que se desarrollan y, especialmente, de qué manera y a través de qué medios esas acciones se traducen en comunicación dirigida a sus destinatarios principales: los vecinos.

Para orientar la indagación, las entrevistas se conciben como una conversación guiada, flexible y abierta, que busca comprender dos niveles del fenómeno:

- Indagar en términos generales el funcionamiento, las actividades, los roles involucrados y los circuitos de comunicación (cómo se organizan, quiénes intervienen y cómo circula la información).
- Profundizar en aspectos situados de los medios y redes que se utilizan: criterios de uso, formas de gestión, dinámicas de publicación e interacción y modos concretos de operar en cada plataforma.

El registro de entrevistas se presenta de forma completa en el Anexo III.

La primera entrevista, realizada a Osvaldo Ortiz (Director del CPC Mercado Norte, gestión 2015–2019), sitúa la comunicación de gobierno en Córdoba como un proceso intrínsecamente descentralizado y complejo, condicionado por una ciudad extensa y fragmentada en numerosos barrios. Desde su perspectiva, el foco de la comunicación en el CPC se vincula menos con una lógica de “*marketing*” y más con una lógica de acción concreta: informar, resolver y orientar sobre trámites, demandas y respuestas de gestión. En ese marco, aparece con fuerza el rol del Área de Modernización como soporte técnico centralizado (diseño, *web*, recursos), que “compensa” la falta de capacidades en los CPC; sin embargo, esa asistencia no se proyecta del mismo modo hacia los centros vecinales, que quedan más expuestos a la disponibilidad de recursos propios. Ortiz también destaca la relevancia del conocimiento territorial como condición de eficacia: la autonomía del CPC permitiría una gestión más focalizada, donde entender la dinámica barrial es clave para priorizar y resolver. En términos operativos, describe una coordinación intersectorial que, para evitar burocracias, se vuelve ágil mediante teléfono y *WhatsApp*. A la vez, sostiene una decisión estratégica: mantener el uso del papel para contemplar a un sector de población no digitalizada, que estima significativo. Finalmente, respecto de la evaluación, plantea una medición más bien empírica, basada en la “vivencia” cotidiana y en el reconocimiento ciudadano antes que en métricas formales.

La segunda entrevista, con Jaime Juaneda (Director de Políticas Vecinales, gestión 2015–2019), profundiza en la singularidad urbana de Córdoba como condicionante estructural: una mancha urbana amplia y una división territorial heterogénea que tensiona cualquier estrategia de cercanía estatal. Desde su mirada, el municipio impulsa una red de infraestructura territorial (CPC, centros de salud, Parques Educativos) como modo de acercar presencia institucional al barrio. No obstante, describe una descentralización parcial: ciertos servicios operativos (por ejemplo, bacheo y alumbrado) permanecen centralizados por limitaciones presupuestarias y resistencias internas, lo que marca un límite concreto a la autonomía territorial. En cuanto al tejido comunitario, Juaneda caracteriza a los Centros Vecinales con una función dual: por un lado, gestionan necesidades de infraestructura; por otro, cumplen un rol de cohesión social (vínculos, organización, legitimidad comunitaria). Dentro de ese panorama, enfatiza la necesidad de un cambio cultural que fortalezca la participación ciudadana y reduzca la desconfianza hacia lo institucional. Como ejemplo de apropiación comunitaria, resalta experiencias de cocreación como los Parques Educativos: cuando la comunidad logra reconocer el espacio como propio, se habilitan dinámicas de cuidado y disminuye el vandalismo.

La tercera entrevista, con Sebastián Guerrini (diseñador y consultor en comunicación visual), desplaza el foco hacia el lugar del diseño en la política y sus condiciones de trabajo. Guerrini sostiene que el diseño no debería limitarse a la ejecución de piezas, sino integrarse al debate estratégico, interpretando simbologías y colaborando en procesos de “dinamización social”. En esa línea, critica que en muchos escenarios políticos el diseñador queda encasillado en un rol técnico, con baja participación en la toma de decisiones, lo que, según su lectura, fortalece el lugar del consultor como figura que concentra el “pensamiento”. A la vez, incorpora un enfoque estructural: describe experiencias con el Estado argentino como inoperantes o financieramente inestables, con demoras de pago prolongadas, lo cual impacta en la sostenibilidad del vínculo laboral y orienta preferencias hacia organizaciones con mayor previsibilidad, como ONGs internacionales. La entrevista, así, aporta una mirada sobre la brecha entre el diseño entendido como herramienta estratégica y las prácticas institucionales que lo reducen a soporte operativo.

La cuarta entrevista, realizada a Carolina Apesteguy (Subdirectora del CPC Mercado Norte, gestión 2019–2023), retoma la dimensión territorial desde un esquema organizacional que combina descentralización en la acción con centralización en la comunicación y en la visión estratégica. En su relato aparece un modelo de “gestión de proximidad” donde el CPC opera en el territorio, pero la difusión y la identidad comunicacional se unifican bajo una conducción central (Dirección de Prensa). Dentro de ese dispositivo, se destacan herramientas tecnológicas y canales de contacto: la App Ciudadana y el uso extendido (aunque informal) de *WhatsApp* como vía rápida para reclamos y coordinación cotidiana. Apesteguy describe que esta combinación produce un sistema con capas: *WhatsApp* funciona como una arteria ágil para la gestión diaria y el vínculo con organizaciones de base, mientras que un sistema formal interno (como VeDi) estructura la operación institucional. Asimismo, señala que la centralización comunicacional permite sostener una identidad corporativa homogénea, al tiempo que se busca promover participación barrial mediante dispositivos como las Juntas de Participación Vecinal, donde el territorio se articula con la agenda municipal.

Del análisis conjunto de las entrevistas emergen una serie de conclusiones parciales que permiten comprender con mayor precisión el modo en que el CPC Mercado Norte se vincula comunicacionalmente con los vecinos de la zona centro. Los resultados muestran, por un lado, una fuerte incidencia de la gestión municipal en la definición de la agenda y en el uso homogeneizado de las redes sociales, lo que tiende a producir mensajes centralizados, poco ajustados a las particularidades del territorio. **Al mismo tiempo, se constata un modelo de comunicación predominantemente vertical y unidireccional**, con bajos niveles de interacción y participación ciudadana, incluso cuando se incorporan recursos tecnológicos como la aplicación móvil. El predominio de *Facebook* sobre otras plataformas, la revalorización relativa de los medios tradicionales y las tensiones en torno a la descentralización de responsabilidades evidencian una brecha entre los discursos de cercanía y participación y las prácticas efectivamente desplegadas.

EN DEFINITIVA, CONCLUIMOS QUE:

- La gestión municipal ejerce una influencia significativa en la agenda comunicacional de los entes de descentralización, lo que lleva a un uso homogéneo de las redes sociales. Esta práctica centralizada limita la capacidad de adaptación de los mensajes a las necesidades y particularidades de las audiencias locales, reduciendo la efectividad de la comunicación y la resonancia con la comunidad.
- Los canales de comunicación empleados presentan una estructura vertical que prioriza la difusión unidireccional de información sobre la interacción y el diálogo. Esta di-

námica impide que los usuarios se apropien de los mensajes y participen activamente, reduciendo la oportunidad de convertirse en emisores y contribuyentes a la narrativa colectiva.

- A pesar de la prevalencia de los medios digitales, los medios tradicionales mantienen un rol importante en el ecosistema comunicativo. Sin embargo, su impacto y eficacia pueden estar siendo sobreestimados, destacando la necesidad de una estrategia de comunicación más integrada que combine efectivamente lo digital con lo tradicional.
- Durante la gestión 2019-2023, se observó un cambio en la asignación de responsabilidades respecto a la gestión de problemas comunes de la comunidad, donde se retiró al CPC de su rol de intermediario directo. A pesar de la introducción de una aplicación móvil destinada a mejorar la gestión de problemas relacionados a alumbrado, bacheo, etc., este cambio estructural ha resultado en que las responsabilidades y la resolución de problemas recaigan nuevamente en el municipio. Este proceso contradice el objetivo de descentralización, que busca acercar el gobierno a los ciudadanos y otorgar mayor autonomía y capacidad de respuesta a los entes descentralizados como el CPC.
- La implementación de una aplicación móvil en la gestión 2019-2023 representa un avance hacia la modernización planteada por el concepto de *Smart Cities*. Sin embargo, a pesar de abrir una puerta más hacia la interacción, la participación sigue siendo predominantemente unidireccional. Los vecinos pueden expresar preocupaciones a través de la app, pero carecen de medios para participar en decisiones concretas, como la asignación de presupuestos locales. Esta situación subraya la necesidad de evolucionar hacia un modelo más interactivo y participativo que permita una verdadera colaboración entre el gobierno y la comunidad.

Conclusiones parciales

A partir del conjunto de entrevistas y del análisis comparativo inicial con otras ciudades, el caso del **CPC Mercado Norte muestra que la descentralización en Córdoba se da principalmente “en la acción”** (gestión de reclamos, conocimiento barrial y articulación con centros vecinales y organizaciones barriales) **mientras la comunicación y la visión estratégica permanecen fuertemente centralizadas en el nivel municipal**. Esta estructura híbrida, sostenida por dispositivos como la App Ciudadana, el sistema VeDi, el uso informal de WhatsApp y la persistencia del soporte papel para sectores no digitalizados, permite caracterizar un contexto institucional y comunicacional tensionado entre la búsqueda de proximidad y las lógicas de control central, en línea con el primer objetivo específico.

En relación con el segundo objetivo, las entrevistas permiten leer el entramado de actores desde las categorías de Manzini: directores de CPC, referentes barriales y centros vecinales operan como parte del “diseño difuso”, mientras que el área de prensa y los proveedores externos encarnan el “diseño experto”. **Sin embargo, el diseñador continúa siendo mayormente concebido como ejecutor técnico de piezas, más que como actor estratégico capaz de interpretar simbologías, articular narrativas y contribuir al debate político**. La ausencia de una figura específica de “diseñador de narrativas transmedia” con conocimiento situado del territorio limita la posibilidad de entrelazar de manera coherente las distintas plataformas físicas y digitales, y restringe el potencial del diseño para dinamizar vínculos sociales y fortalecer la participación ciudadana.

En cuanto al tercer objetivo, el diagnóstico de las estrategias y narrativas transmedia revela que, tanto en el CPC Mercado Norte como en los casos comparados de Rosario y CABA, el ecosistema comunicacional tiende a ser básicamente informativo y unidireccional. Los niveles de engagement en redes como *X*, *Facebook* e *Instagram* se mantienen bajos, con escasas interacciones y casi ausencia de “conversaciones” sostenidas entre institución y ciudadanía. **En Rosario, los relevamientos muestran un engagement promedio cercano al 7%, mientras que en CABA ronda el 1% en promedio, cifras que, aun con diferencias entre sí,**

confirman un patrón de baja apropiación y participación digital comparable al de Córdoba.

Esta convergencia de datos empíricos sugiere que la mera presencia en múltiples plataformas no garantiza ni integración narrativa ni percepciones fortalecidas de cercanía, transparencia y utilidad social.

En síntesis, los hallazgos permiten concluir que el diseño narrativo transmedia, en el contexto estudiado, se encuentra en un estado incipiente: opera en un marco de descentralización incompleta, sostenido por dispositivos tecnológicos que priorizan la eficiencia y la tramitación, pero sin adoptar aún una estrategia de narrativa transmedia que articule diseño, comunicación y participación. **La comparación con Rosario y CABA refuerza la idea de que la baja conversación y el escaso engagement no son una anomalía local, sino un rasgo compartido de los modelos de comunicación de gobierno.** Debido a esta característica común, se vuelve especialmente pertinente la configuración de un rol de diseñador de narrativas transmedia —capaz de coordinar actores difusos y expertos, y de tejer relatos situados entre canales físicos y digitales— como condición para transformar estos sistemas de información fragmentados en verdaderos espacios de interacción pública.

10. Propuesta de Diseño

En relación con el objetivo central de este trabajo, hemos identificado una oportunidad significativa en la App Ciudadana para crear una interfaz que democratice el proceso de participación vecinal. Esta mejora consistiría en la implementación de una nueva funcionalidad de votación para un presupuesto participativo o un proyecto comunitario, permitiendo que sean los propios vecinos quienes propongan, seleccionen y prioricen las obras y proyectos a desarrollar en su barrio.

La participación de los vecinos en la elaboración de proyectos y la toma de decisiones es un pilar fundamental para la construcción de comunidades más fuertes, resilientes y democráticas siguiendo los conceptos planteados en el marco teórico de descentralización, smart cities y narrativas transmedia.

Viabilidad

La viabilidad de implementar una nueva funcionalidad dentro de la app existente depende de varios factores, en su mayoría, resuelta por la *app* Ciudadana:

- **Acceso a la tecnología:** Es importante asegurar que la mayoría de los vecinos tengan acceso a la tecnología necesaria para usar la *app*. Esto ya sucede actualmente, estando a disposición de distintos sistemas operativos para celulares. En *android*, marca a diciembre del 2025, 50 mil descargas.
- **Alfabetización digital:** Se debe considerar el nivel de alfabetización digital de los vecinos y ofrecer apoyo para aquellos que lo necesiten. La utilización de grandes imágenes e iconos ayudan a guiar al usuario dentro de la app.
- **Seguridad de los datos:** Es fundamental garantizar la seguridad y privacidad de los datos de los usuarios. Al estar vinculada con CiDi, se evita la duplicación de usuarios o datos, priorizando todo en un datacenter principal dependiente de la Provincia de Córdoba.

Relevamiento de la interfaz actual de "App Ciudadana"

Al comparar el desarrollo actual de "App Ciudadana" con Decide Madrid, podemos notar lo siguiente:

- La app está desarrollada para ser una "Mesa de Atención" abierta 24/7, en línea con lo que explica Apesteguy en las entrevistas. *Decide Madrid*, desde el comienzo, invita a entrar en un entorno de colaboración digital con los vecinos de esa ciudad, mostrando los distintos módulos que posee.
- En ambas aplicaciones se puede ver indicadores del estado de avances de las propuestas. Estos avances gestionados por el municipio hablan de la transparencia y el rendimiento de cuentas del Estado con los reclamos ciudadanos.
- App Ciudadana presenta un formato por categorías de problemas que hace más fácil una categorización de los mismos. Consideramos que este tipo de menú es más claro que el de *Decide Madrid*. Asumimos que esta decisión también tiene que ver con que la app española es más compleja en cuanto a las funcionalidades.
- A partir de las entrevistas, creemos que Córdoba está menos desarrollada tecnológicamente para receptar y dar seguimiento a una propuesta tan compleja como la de Decide Madrid.

Ver figuras 10.1 a 10.6.



Fig 10.1. Inicio de sesión.

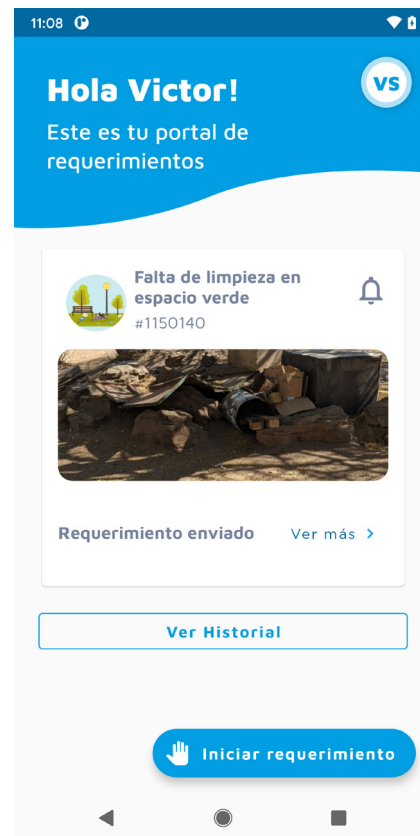


Fig 10.2. Inicio.



Fig 10.3. Requerimiento realizado.

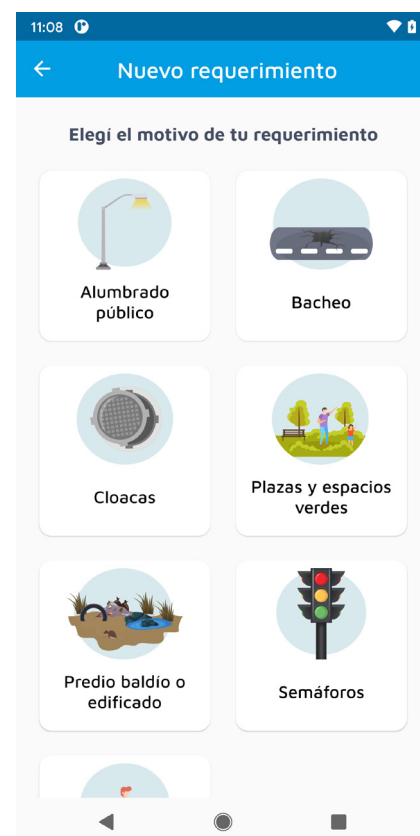


Fig 10.4. Selección de requerimiento.

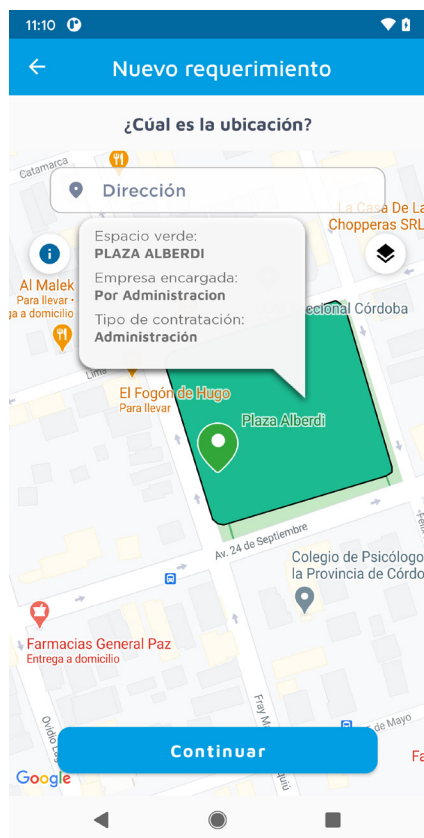


Fig 10.5. Selección de ubicación.

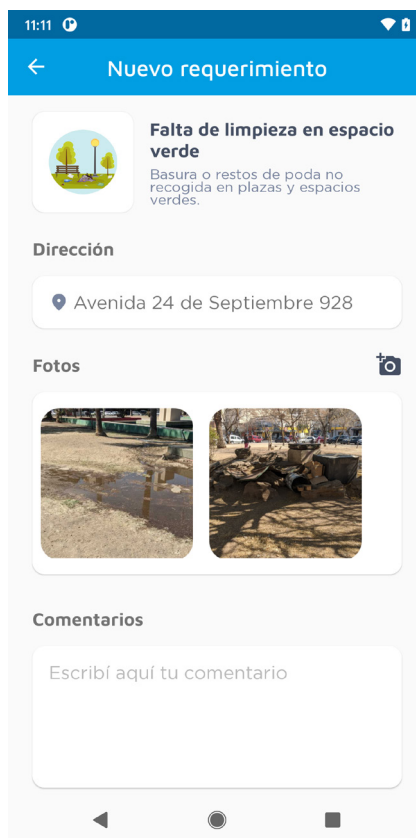


Fig 10.6. Nuevo requerimiento.

Para avanzar en la propuesta de diseño que propone este trabajo, haremos foco en sumar un nuevo módulo llamado **“Proyectos participativos”**, similar al identificado como “Propuestas Ciudadanas” en el proyecto Decide Madrid. Este nuevo módulo se sumará al listado de categorías de requerimientos existentes en App Ciudadana, ya que se enmarca dentro de la actual categorización de problemáticas que los vecinos pueden notificar de manera activa para la resolución de inconvenientes.

Flujo de diseño

El flujo propuesto parte de una condición diagnosticada: en el ecosistema actual del CPC Mercado Norte (y en los casos comparados), la comunicación digital tiende a ser vertical, informativa y con baja conversación, lo que reduce la apropiación ciudadana y limita que los vecinos pasen de “usuarios” a actores participantes de la gestión pública. En las entrevistas, además, aparece con fuerza que la descentralización en Córdoba ocurre sobre todo en la institucionalidad, mientras que la **visión estratégica y la comunicación** permanecen centralizadas en el CPC (o en el Municipio).

En ese marco, el módulo propuesto se justifica como una **extensión funcional** de la app: ya no solo “mesa de atención 24/7” o de reclamos, sino un espacio donde el vecino puede **proponer, priorizar y decidir** sobre proyectos comunitarios e iniciativas barriales. Esto retoma lo que Decide Madrid instala desde su arquitectura modular: propuestas, debates, consultas y presupuestos participativos, con una experiencia orientada a colaboración y decisión colectiva.

El flujo prioriza una secuencia simple y reconocible: ver lista, explorar, profundizar, votar para ajustarse a la realidad local señalada en el diagnóstico: Córdoba presenta condiciones institucionales y tecnológicas más restrictivas para incorporar, de forma inmediata, un siste-

ma tan complejo como Decide Madrid. **Por eso se propone un primer módulo acotado**, de bajo costo cognitivo, pero con alto impacto simbólico: habilitar voto, publicación y circulación social del proyecto. Ver figura 10.7.

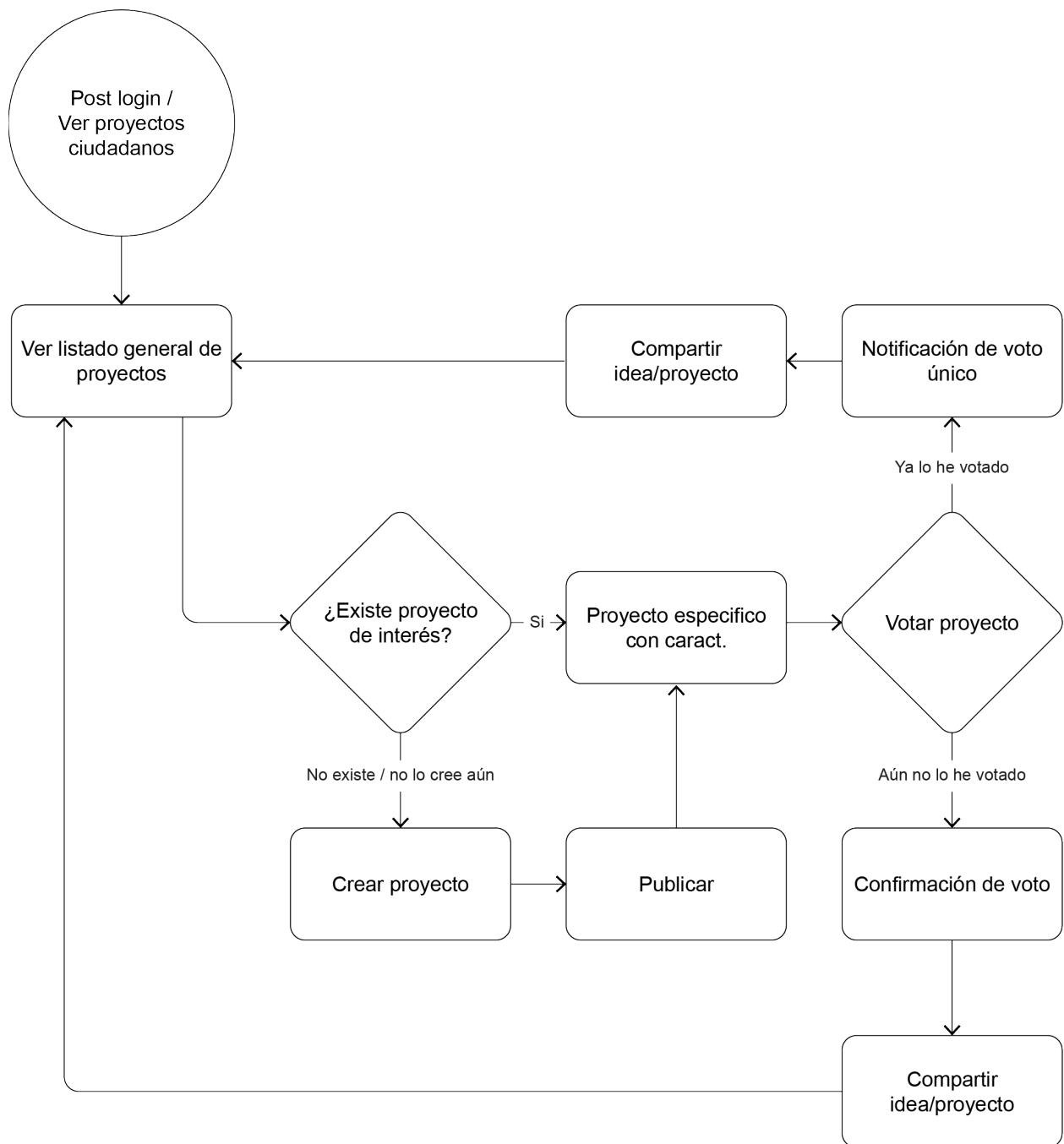


Fig 10.7. Flujo de diseño propuesto para el modulo de Participación en la App Ciudadana

Arquetipos de usuarios

Para comprender de qué manera la App Ciudadana puede sostener prácticas de participación y no limitarse a un uso meramente instrumental, resulta necesario partir de quiénes la utilizan y desde qué expectativas se relacionan con ella. En este sentido, la construcción de arquetipos de personas usuarias funciona como una herramienta de síntesis que condensa patrones observables en la investigación: motivaciones recurrentes, niveles de familiaridad

con lo digital, contextos de uso y modos de vincularse con el Estado. **Más que describir individuos particulares, estos arquetipos nos permiten representar perfiles verosímiles** que orientan decisiones de diseño asegurando que la propuesta responda a necesidades concretas y a condiciones reales de uso en el territorio.

1. Vecino/a activa (usuario habitual de App Ciudadana)

Usa la app para reclamos y trámites. Valora rapidez, claridad y confirmaciones. Su motivación para participar aparece cuando el proyecto se vincula a mejoras concretas del barrio.

2. Referente barrial / integrante de centro vecinal (gestor comunitario)

Organiza demandas, necesita visibilidad y apoyo social. Busca herramientas para transformar necesidades difusas en propuestas “presentables” y medibles.

3. Vecino observador (baja participación digital)

Consume información pero interviene poco. Reacciona cuando la interfaz reduce fricción y cuando ve señales de impacto real (avance, transparencia, resultados).

4. Agente municipal / equipo de CPC (operador institucional)

Necesita orden, trazabilidad y gobernabilidad del proceso. La interfaz debe permitir incentivar la participación y colaborar en la definición de prioridades de la gestión.

Escenario de uso

Un vecino del área centro detecta que en su zona faltan mejoras de iluminación en un corredor utilizado por estudiantes y trabajadores. En lugar de canalizarlo solo como reclamo individual en la mesa de entrada del CPC, entra a “Proyectos participativos” para darle más fuerza a su pedido:

- busca si ya existe un proyecto similar;
- al no encontrarlo, genera un nuevo proyecto;
- publica para votación;
- comparte el proyecto en WhatsApp del edificio/centro vecinal para amplificar apoyo;
- recibe confirmación y queda habilitado a seguir el avance del proyecto.

Este escenario responde al hallazgo de que WhatsApp funciona hoy como un canal ágil de coordinación territorial, pero de modo informal: el diseño incorpora ese comportamiento como puente de difusión, sin reemplazar los canales institucionales.

Propuesta de diseño: módulo "Proyectos participativos"

La interfaz propuesta habilita la producción ciudadana en la medida en que desplaza al vecino de un rol predominantemente reactivo (centrado en reportar incidencias o realizar consultas) hacia un rol propositivo y ordenador de agenda pública. El flujo no se limita a registrar demandas individuales, sino que permite reconocer proyectos ya existentes, priorizarlos mediante el voto y, en caso de ausencia, formular y publicar nuevas iniciativas. Esta secuencia introduce un cambio cualitativo: el ciudadano deja de ser solamente un solicitante para convertirse en un actor con capacidad de incidir en la definición de temas y prioridades compartidas.

A su vez, el sistema manifiesta la expansión narrativa en dos puntos clave del recorrido. Por un lado, la acción de “compartir idea/proyecto” habilita que el contenido abandone el espacio institucional cerrado de la aplicación y circule por redes y mensajería, con especial relevancia de WhatsApp por su uso extendido en dinámicas barriales, incorporando adhesiones, interpretaciones y nuevas lecturas comunitarias. Por otro lado, las instancias de confirmación y la restricción de voto único aportan continuidad y transparencia al proceso: cada interacción agrega un hito reconocible (participé, apoyé, esta acción queda registrada) que evita que el proyecto se reduzca a una publicación aislada y favorece una narrativa de seguimiento en el tiempo.

Finalmente, la propuesta facilita la co-creación con un ciclo mínimo que articula la demanda de necesidades territoriales con mecanismos institucionales de formalización, legitimación social y trazabilidad. El proceso comienza cuando una demanda se transforma en propuesta y se publica; se consolida cuando la comunidad la prioriza mediante votos; se amplifica cuando circula y suma apoyos; y se sostiene cuando el sistema provee confirmaciones y estados que permiten seguir su evolución. De este modo, la co-creación no queda supeditada exclusivamente al intercambio discursivo, que, según el diagnóstico, tiende a ser bajo, sino que se apoya en una mecánica clara donde la ciudadanía aporta iniciativas y prioridades, mientras el CPC conserva capacidad de implementación, administración del proceso y rendición de cuentas. Ver figuras 10.8 a 10.16.



The login interface features the Municipality of Córdoba logo at the top left. Below it, the text 'Ingresa tus datos de' is followed by the 'CIUDADANO DIGITAL' logo. There are two input fields: the first for a user ID (pre-filled with '00-00000000-0') and the second for a password (masked with dots and an eye icon). A link for '¿Olvidaste tu contraseña?' is positioned below the password field. A note states 'Para ingresar deberás tener una cuenta de Ciudadano Digital'. At the bottom, there are two buttons: 'ENTRAR' and 'NO TENGO CUENTA DE CIDI', with a 'Políticas de privacidad' link below them.

Fig 10.8. Interfaz de acceso (Login) integrada con el sistema de Ciudadano Digital (CiDi) de la Municipalidad de Córdoba.



The main user portal has a blue header with 'Hola Usuario!' and a 'US' icon. Below the header, it says 'Este es tu portal de requerimientos'. The central area contains a large, light gray rectangular placeholder for a user profile or dashboard. At the bottom right, there is a blue button labeled 'Nuevo requerimiento' with a hand icon.

Fig 10.9. Pantalla principal del portal de requerimientos del usuario con acceso rápido a nuevas solicitudes.

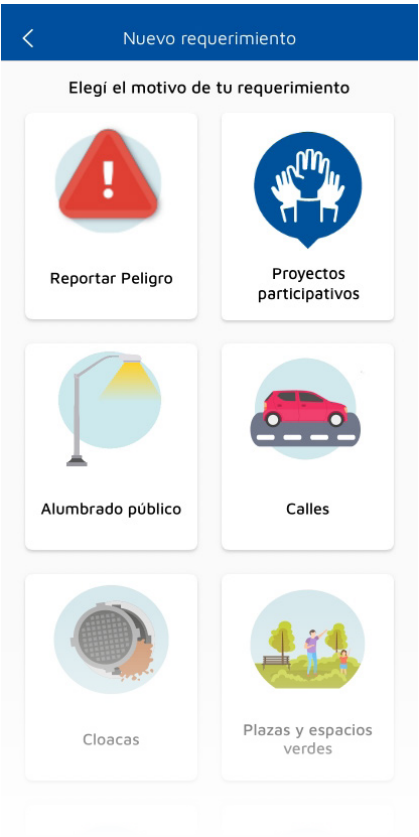


Fig 10.10. Menú de categorías para nuevos requerimientos, incluyendo opciones de infraestructura, servicios y proyectos.



Fig 10.11. Listado de proyectos participativos con filtros por categoría y estado de votación.

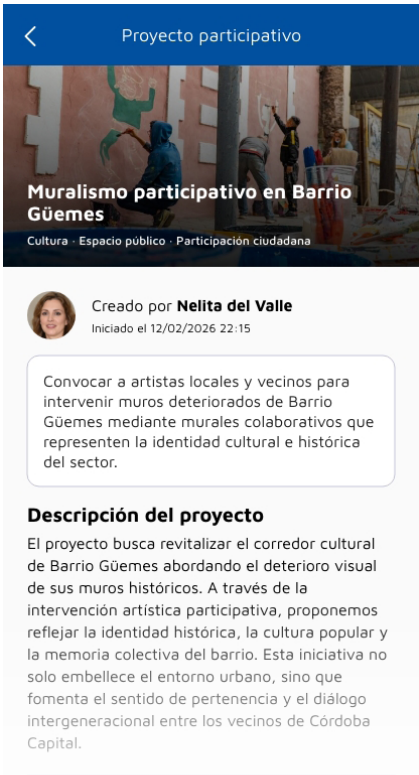


Fig 10.12. Vista detallada de un proyecto participativo (Ej.: “Muralismo en Barrio Güemes”) con descripción, objetivos y mapa de ubicación.

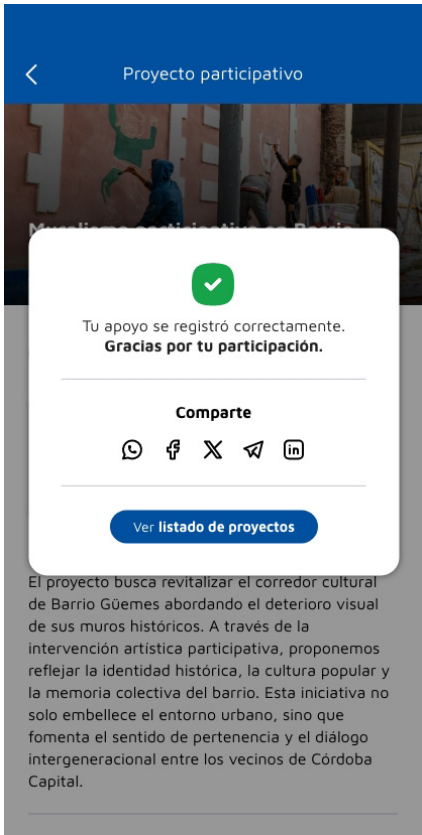


Fig 10.13. Modal de confirmación tras el registro exitoso del apoyo del usuario a un proyecto específico.

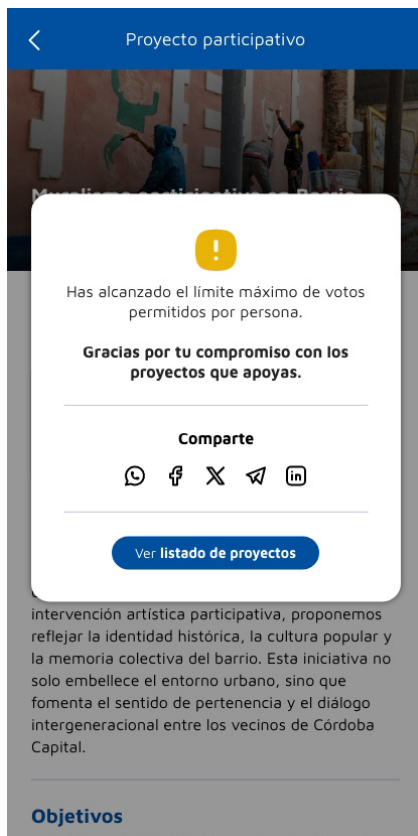


Fig 10.14. Mensaje de restricción por alcance de límite máximo de votos permitidos por usuario.

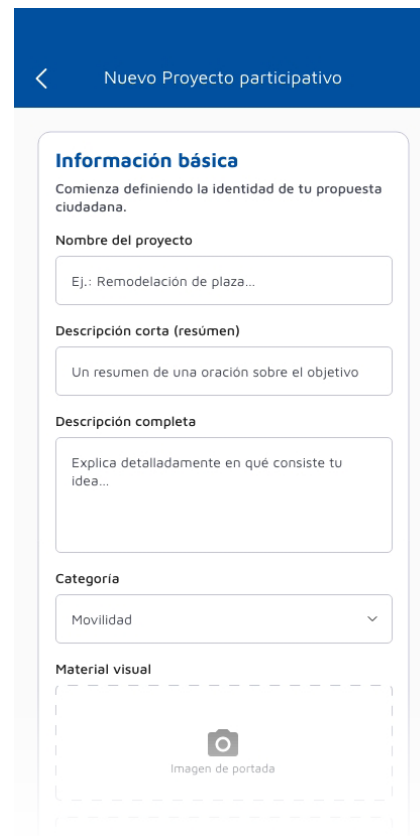


Fig 10.15. Formulario extendido para la creación de un nuevo proyecto, incluyendo secciones de información básica, ubicación e impacto social.

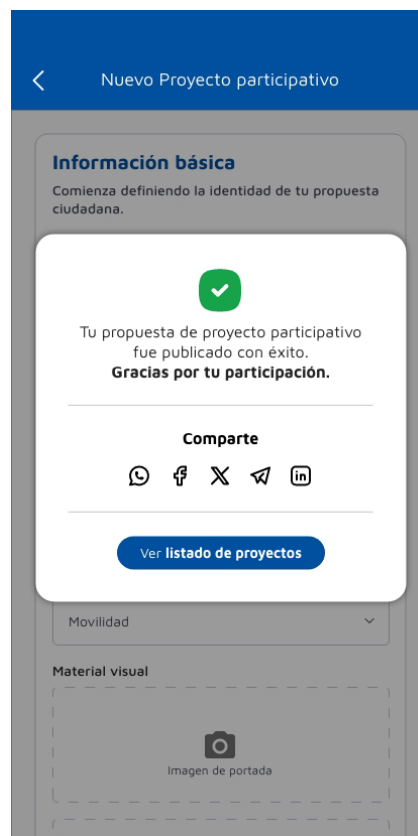


Fig 10.16. Pantalla de finalización del proceso de publicación de una nueva propuesta ciudadana en la plataforma.

Criterios gráficos

Se optó por no crear un lenguaje visual nuevo sino trabajar dentro del framework de estilos ya existente de App Ciudadana (paleta, tipografía, iconografía y componentes), tal como puede observarse al comparar las pantallas de la app actual (Fig. 10.1–10.6) con las del módulo propuesto (Fig. 10.8–10.16). Esta decisión se sostiene en el principio de Frascara retomado en el marco teórico, según el cual el éxito del diseño gráfico "no reside en el estilo de moda, sino en la facilitación de los procesos de percepción, comprensión y memorización del mensaje": priorizar la coherencia con una interfaz que los vecinos ya reconocen reduce la carga cognitiva de aprendizaje y facilita la apropiación, en línea con el propio Diseño Centrado en el Usuario en cuanto busca minimizar el esfuerzo cognitivo del usuario. Asimismo, facilita su incorporación al backlog de desarrollo del equipo responsable de la implementación.

Cabe aclarar que las pantallas presentadas (Fig. 10.8–10.16) constituyen ejemplos ilustrativos de esta lógica gráfica y funcional aplicada al nuevo módulo, y no un sistema de diseño narrativo transmedia desarrollado en profundidad que dé cuenta de la coherencia de la narrativa visual entre los distintos soportes y plataformas del proyecto (aplicación, redes sociales, canales institucionales). La construcción de dicho sistema excede el alcance de este Trabajo Final y se plantea como una línea de desarrollo futuro.

Criterios de navegabilidad

El flujo propuesto (ver lista → explorar → profundizar → votar) responde a las heurísticas de usabilidad de Nielsen citadas en el marco teórico —consistencia, prevención de errores y visibilidad del estado del sistema— antes que a una arquitectura de información más compleja como la de Decide Madrid. La consistencia se traduce en la reutilización de patrones ya presentes en App Ciudadana (Fig. 10.1–10.6) dentro del módulo nuevo (Fig. 10.8–10.16); la prevención de errores, en la restricción de voto único con su correspondiente mensaje (Fig. 10.14); y la visibilidad del estado del sistema, en las pantallas de confirmación (Fig. 10.3, 10.13 y 10.16) que ofrecen retroalimentación inmediata al usuario en ambos entornos, Norman señala como una de las señales críticas para una interacción exitosa. Esta elección también responde al diagnóstico sobre las condiciones tecnológicas e institucionales de Córdoba, que puede verse reflejada en el Flujo de diseño.

Indicadores de evaluación

La producción y sugerencia de un diseño para fortalecer los vínculos participativos no basta. Para constatar la correcta articulación y el fomento de la participación ciudadana proponemos los siguientes indicadores combinando dimensión técnica, de uso y de impacto participativo:

Alcance y adopción: Busca medir en qué medida la plataforma logra incorporar a la ciudadanía potencialmente usuaria.

Nº de usuarios registrados y activos mensuales que ingresan a la opción "Proyectos participativos".

Distribución territorial y sociodemográfica, mediante CiDi, (edad, género, barrio) para ver si hay sesgos de participación.

Uso de las funcionalidades: Busca medir cómo y cuánto se utilizan las distintas herramientas que ofrece la plataforma. Permite evaluar si las funcionalidades diseñadas son pertinentes, comprensibles y resultan atractivas para sostener dinámicas de participación en el tiempo.

Nº de propuestas creadas.

Tasa de apoyo a propuestas (apoyos/usuarios activos).

Tiempo de sesiones en la plataforma y tasa de retorno (usuarios que vuelven cada mes).

Relación con la gestión pública: Busca medir el grado de articulación efectiva entre lo que ocurre en la plataforma y los procesos reales de decisión del gobierno.

Tiempo medio de respuesta del CPC a propuestas y consultas.

Porcentaje de propuestas que pasan de fase (admisión, estudio, ejecución).

Grado de ejecución de los proyectos aprobados.

Percepción y satisfacción: Busca medir cómo valoran los usuarios la experiencia de uso y el impacto de la plataforma en la gestión pública.

Encuestas sobre confianza en la plataforma y transparencia del proceso.

Percepción de impacto real en decisiones de gobierno.

11. Conclusiones Finales

El presente trabajo final retomó la pregunta acerca de cómo el diseño narrativo transmedia, entendido como un relato expandido que articula diversas plataformas, actores y lenguajes, puede contribuir a fortalecer los vínculos participativos entre el CPC Mercado Norte y los vecinos de la zona centro de la ciudad de Córdoba. El alcance del estudio se delimitó al diagnóstico comunicacional del organismo y al diseño de una propuesta de interfaz narrativa transmedia apoyada en la App Ciudadana, incorporando la definición de indicadores y lineamientos proyectuales para una futura validación del prototipo.

En relación con el primer objetivo específico, el análisis del contexto institucional y comunicacional mostró que la descentralización en Córdoba se concreta principalmente “en la acción”, a partir de la presencia territorial de los CPC, los centros vecinales y dispositivos como las Juntas de Participación Vecinal. Sin embargo, la comunicación y la visión estratégica permanecen fuertemente centralizadas en el nivel municipal, lo que se traduce en una agenda unidireccional, lineamientos estéticos unificados y una limitada capacidad de adaptación de los mensajes a las particularidades del territorio. Esta tensión entre proximidad operativa y control central de la comunicación define el escenario donde debe intervenir el diseño.

En cuanto al segundo objetivo, el trabajo permitió identificar que, en la práctica, los actores del entorno del CPC encarnan la distinción de Manzini entre diseñador difuso y diseñador experto: directores de CPC, referentes barriales y organizaciones territoriales producen decisiones y mensajes desde su conocimiento vivencial, mientras que el área de prensa municipal y los proveedores externos concentran la producción formal de piezas y contenidos. No obstante, el rol del diseño continúa siendo concebido mayormente como una función técnica, subordinada a la estrategia política, más que como un actor capaz de interpretar simbologías, coordinar relatos y participar en la definición de sentido. **La figura del diseñador de narrativas transmedia aparece así como un rol ausente pero necesario para articular las capacidades dispersas y orientar el sistema comunicacional hacia la participación.**

El tercer objetivo, centrado en el diagnóstico de las estrategias y narrativas transmedia, **evidenció que tanto en el CPC Mercado Norte como en los casos comparados de Rosario y CABA predomina un modelo informativo y unidireccional**, con bajos niveles de interacción y casi ausencia de “conversaciones” sostenidas entre instituciones y ciudadanía. Aun cuando se registran esfuerzos por mantener coherencia estética y por utilizar múltiples plataformas, los datos de publicaciones en Facebook, Twitter e Instagram se mantienen reducidos y confirmaron que la presencia en redes no alcanza para generar apropiación ni construir un mundo narrativo expandido. En este marco, los recursos tecnológicos operan como infraestructuras valiosas pero subaprovechadas desde una lógica transmedial.

Frente a este diagnóstico, **el cuarto objetivo se materializó en la propuesta de una interfaz centrada en el usuario** que amplía las funcionalidades de la App Ciudadana mediante un módulo de participación vecinal inspirado en experiencias de democracia electrónica como *Decide Madrid*. **La incorporación de instancias de priorización y votación de proyectos comunitarios reconfigura a los vecinos como coproductores de la agenda pública** y no sólo como emisores de reclamos. La solución proyectual se apoya en plataformas digitales ya existentes, y plantea flujos, pantallas y elementos de interacción que buscan simplificar la experiencia, asegurar la trazabilidad de la información y reforzar la percepción de cercanía, transparencia y utilidad del CPC y de la Municipalidad.

El quinto objetivo permitió dejar planteada una vía concreta para la futura evaluación del prototipo. Los indicadores propuestos ofrecen una base inicial para medir en qué medida

la herramienta logra fortalecer los vínculos participativos. Al mismo tiempo, los lineamientos elaborados orientan sobre cómo mantener la coherencia gráfica e institucional, garantizar la accesibilidad y articular los canales físicos y digitales en una narrativa común.

A la luz de estos resultados, el supuesto de diseño se ve parcialmente corroborado: la investigación confirma que las estrategias comunicacionales actuales, al no incorporar una perspectiva de diseño narrativo transmedia orientada a la participación, limitan la accesibilidad, comprensión y apropiación ciudadana de la información y participación pública. La propuesta de interfaz elaborada muestra, en términos proyectuales, que es posible traducir ese enfoque en un dispositivo concreto que habilite nuevas formas de interacción y decisión colaborativa. Sin embargo, la validación plena del supuesto requiere de etapas posteriores de desarrollo, implementación y evaluación empírica con usuarios, que exceden el alcance de este TFL.

Sin desconocer el carácter ambicioso que supondría una implementación efectiva de la propuesta, reconocemos una serie de limitaciones vinculadas tanto a aspectos operativos como a las condiciones propias de la gestión pública. Desde el punto de vista operativo, una eventual implementación requeriría ampliar progresivamente el alcance hacia la totalidad de los CPC de la ciudad, contemplando las particularidades territoriales, sociales e institucionales de cada uno. Asimismo, sería necesario sostener instancias periódicas de análisis y evaluación que permitan observar la evolución de los niveles de participación, el uso de las distintas plataformas y el engagement generado en los canales de comunicación.

A estas condiciones se suman factores de carácter institucional y político. Tal como se desprende de las entrevistas realizadas, las distintas gestiones municipales han interpretado y materializado la descentralización bajo criterios diversos, modificando tanto las competencias asignadas a los CPC como la distribución de recursos disponibles. En este sentido, la posibilidad de implementar y escalar la propuesta no depende exclusivamente de las decisiones proyectuales o tecnológicas, sino también de definiciones previas por parte de la gestión municipal respecto del alcance de la participación ciudadana, las atribuciones de los organismos descentralizados y la asignación presupuestaria correspondiente.

Por lo tanto, el diseño se comprende aquí como una instancia capaz de dar forma, organizar y facilitar determinadas dinámicas de participación, pero no como sustituto de las decisiones políticas e institucionales que las hacen posibles (tal como indica Guerrini en su entrevista). Estas condiciones no contradicen ni invalidan los resultados alcanzados, sino que permiten situar con mayor precisión sus alcances y comprender la propuesta como un aporte exploratorio y contextualizado, susceptible de revisión, adaptación y profundización en futuras instancias de implementación.

Lejos de reducir el campo de acción del diseño, esta condición permite reconocer con mayor claridad su potencial. Allí donde existe una decisión institucional de habilitar nuevas formas de participación, el diseño puede contribuir a volverlas concretas, accesibles y comprensibles, materializándolas a través de interfaces, recorridos de interacción y sistemas de información capaces de traducir decisiones abstractas en experiencias cotidianas para la ciudadanía. **La interfaz propuesta constituye, en este sentido, una expresión tangible de ese aporte: no resuelve por sí misma las condiciones políticas de la participación, pero permite proyectar cómo estas podrían adquirir una forma operativa y reconocible para los vecinos.**

Es precisamente en este límite donde cobra relevancia la figura del diseñador de narrativas transmedia planteada a lo largo del trabajo. **La complejidad del vínculo entre Estado y ciudadanía requiere un profesional que no sólo domine las competencias proyectuales propias del diseño, sino que sea capaz de comprender los tiempos, actores, condicionantes y posibilidades de la gestión pública.** Su aporte reside entonces en operar como articulador

entre ambos campos: interpretar las decisiones institucionales, reconocer las necesidades y prácticas de los ciudadanos y traducirlas en sistemas narrativos, interfaces y experiencias coherentes.

Finalmente, el trabajo deja planteado dos ejes para futuras líneas de investigación. En el plano proyectual, la implementación de la interfaz en el CPC Mercado Norte, con instancias de testeo, iteración y medición mediante los indicadores sugeridos, permitiría evaluar su impacto real y, eventualmente, escalar la experiencia a otros CPC de la ciudad. En el plano disciplinar, el TFL **contribuye a perfilar y consolidar el diseño narrativo transmedia como un área emergente e interdisciplinaria del diseño**: un campo donde el diseñador no se limita a administrar lineamientos estético-formales coherentes con un manual de estilos, sino que participa activamente en la definición de **estrategias narrativas, arquitecturas de información, dinámicas de interacción y condiciones de participación**.

De este modo, el trabajo cierra proponiendo un sueño. Un futuro en el que las y los diseñadores asumamos un rol relevante en la construcción de vínculos más democráticos entre el Estado y la ciudadanía, reconociéndose mutuamente como coautores de los relatos sobre la ciudad. En ese marco, la interfaz propuesta y los lineamientos definidos constituyen un punto de partida para seguir explorando cómo el diseño puede contribuir a que la descentralización deje de ser solo un enunciado administrativo y se traduzca en una experiencia cotidiana de participación ciudadana.

12. Bibliografía

- Albert Folch & Martínez, R.** (2018, agosto). *Las instituciones tienen que narrar sus propias historias*. En **V. Palau & A. Gea** (Eds.), *Graffica n°8 – El diseño en el sector público: ¿De todos y para todos?*. Valencia, España.
- Burki, S. J., Perry, G. E., & Dillinger, W. R.** (1999). *Más allá del centro: La descentralización del Estado*. Washington, DC: BID.
- Caragliu, A., Del Bo, C., & Nijkamp, P.** (2018). *Smart cities and the future of urban living*. Springer.
- Castells, M.** (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Coombs, W. T.** (2014). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Convención Municipal Constituyente.** (1995). *Carta Orgánica Municipal de la Ciudad de Córdoba*. Córdoba, Argentina.
- Descentralización y municipios en América Latina: Necesidades de información de los gobiernos locales.** (2018, octubre 28). Recuperado de <https://idl-bnc-idrc.dspacedirect.org/bitstream/handle/10625/28148/IDL-28148%20.pdf?sequence=1>
- Frascara, J.** (1988). *Diseño gráfico y comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito.
- Frascara, J.** (1997). *Diseño gráfico para la gente: Comunicaciones de masa y cambio social*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito.
- Frascara, J.** (2011). *¿Qué es el diseño de información?*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito.
- Garrett, J. J.** (2010). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*. New Riders Publishing. Berkeley, CA, Estados Unidos.
- Gobierno Abierto Córdoba.** (2019). *Guía 2019*. Recuperado de https://gobiernoabierto.cordoba.gob.ar/media/datos/GUIA_2019.pdf
- Guerrini, S.** (2017). *Los poderes del diseño: La construcción de imágenes y marcas entre culturas, políticas y negocios: Teoría, metodología y práctica*. Buenos Aires, Argentina: Troupe Comunicación.
- Hollands, R. G.** (2008). *Will the real smart city please stand up? Intelligent city research in Europe*. Journal of Urban Technology, 15(2), 207-225.
- International Organization for Standardization.** (2010). *ISO 9241-210:2010 Ergonomics of human-system interaction – Part 210: Human-centred design for interactive systems*. Gine-

bra, Suiza.

Kitchin, R. (2015). *The real smart city? Governing urban futures*. Sage.

Manzini, E. (2015). *Cuando todos diseñan: Una introducción al diseño para la innovación social*. Madrid, España: Experimenta.

Marradi, A., Archenti, N., & Piovani, J. I. (2018). *Manual de metodología de las ciencias sociales*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI Editores.

Nielsen, J. (1993). *Usability Engineering*. Academic Press. Cambridge, MA, Estados Unidos.

Norman, D. A. & Draper, S. W. (1986, enero). *User Centered System Design: New Perspectives on Human-computer Interaction*. Lawrence Erlbaum Associates. Hillsdale, NJ, Estados Unidos.

Portal:CPC. (2018, octubre 28). Recuperado de <https://nuestraciudad.info/portal/Portal:CPC>

vRedes Sociales CBA Prov. Octubre 2017. (2018, octubre 28). Recuperado de <https://gustavocordobayasoc.com/portfolio/redes-sociales-cba-prov-octubre-2017/>

Riorda, M., & Valenti, P. (2016). *Gobernautas y ciudadanos: Los gobernantes latinoamericanos y la gestión de redes sociales*. Washington, DC: BID.

Scolari, C. A. (2017). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. España: Deusto.

Tarullo, M. R., & Amado, A. (2015). *Las redes sociales en la comunicación política: ¿Comunicación unidireccional o conversacional?* Universidad de Lima, Perú: Contratexto, 24.

Temporal, P. (2015). *Branding for the public sector: How to develop successful brands in the sector where image is power*. Gran Bretaña: Wiley.

Transmedia is dead. Long live transmedia! (2018, octubre 28). Recuperado de <https://hipermediaciones.com/2017/10/28/transmedia-is-dead/>

Verón, E. (1987). *La semiosis social: Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona, España: Gedisa.

Anexos

Anexo I

Tabla 1 - Análisis Cuantitativo comunas de Caba en Facebook

	Me gusta de la pagina	Cantidad de publicaciones	Cantidad de reacciones	Comentarios	Compartidos	% de engagment
Comuna 1	13.430	18	84	7	29	0,5
Comuna 2	20.438	18	67	17	10	0,26
Comuna 3	12.022	16	90	25	46	0,84
Comuna 4	21.729	15	110	6	44	0,49
comuna 11	19.128	16	55	12	19	0,28
Comuna 5	13.620	23	73	23	28	0,4
Comuna 6	15.459	18	74	20	18	0,4
Comuna 7	13.867	20	106	14	46	0,6
Comuna 8	16.251	15	60	13	46	0,49
Comuna 9	17.457	15	67	21	31	0,45
Comuna 10	13.623	24	273	82	98	1,39
Comuna 12	16.176	25	88	19	31	0,34
Comuna 13	15.983	25	378	65	212	1,65
Comuna 14	20.490	25	155	13	48	0,42
Comuna 15	11.095	16	65	12	17	0,52
Promedio	15.915	19,46	122,62	25,00	52,62	0,64

Tabla 1.1 - Análisis Cualitativo Comuna 1 en Facebook

Posteo	Reacciones	Compartidos	Engagement	Comentarios	Respuestas a esos comentarios
#1	5	2	0,52	no hay	nada
#2	0	0	0	Compartida de otra cuenta institucional	nada
#3	1	0	0,15	oculto	nada
#4	7	4	0,82	no hay	nada

Tabla 1.2 - Análisis Cualitativo Comuna 2 en Facebook

Posteo	Reacciones	Compartidos	Engagement	Comentarios	Respuestas a esos comentarios
#1	5	0	0,44	Critica a la falta de planificación, (pone dos basureños juntos del mismo tipo de residuo)	nada
#2	3	0	0,24	Critica a los dueños de mascotas, La comuna no cumple con el control	nada
#3	4	1	0,44	no hay	nada
#4	2	0	0,15	Busqueda de adopción de gato,	nada
#5	0	0	0	no hay	nada

Tabla 1.3 - Análisis Cualitativo Comuna 3 en Facebook

Posteo	Reacciones	Compartidos	Engagement	Comentarios	Respuestas a esos comentarios
#1	7	6	1,16	Reclamo por finalización de obra plaza	nada
#2	6	1	0,83	Pedido de vacunas para animarles, quejas por la diferencia del tamaño de perros, exigen el cumplimiento	nada
#3	3	3	0,58	Re-aviso de postergación de otro partido	nada
#4	7	5	1,33	Pedido de arreglo de veredas (reiterado en el mismo post)	Cambio de plataforma
#5	10	1	1,5	Pedido de trabajo de guarda plaza, falta de cuidado y vandalismo, falta en su puesto de trabajo	Respuesta solo del pedido de trabajo con el link a la fanpage correspondiente

Tabla 1.4 - Análisis Cualitativo Comuna 4 en Facebook

Posteo	Reacciones	Compartidos	Engagement	Comentarios	Respuestas a esos comentarios
#1	7	5	0,55	no hay	nada
#2	4	1	0,23	no hay	nada
#3	7	3	0,46	no hay	nada
#4	6	2	0,41	Reclamo de falta de policia a a noche	Invitación a las reuniones sobre seguridad en comisaria más cercana, Ante respuesta, hubo un reclamo por no haber otro horario para asistir
#5	20	10	1,38	no hay	nada

Tabla 1.5 - Análisis Cualitativo Comuna 5 en Facebook

Posteo	Reacciones	Compartidos	Engagement	Comentarios	Respuestas a esos comentarios
#1	1	8	0,66	no hay	nada
#2	6	0	0,44	no hay	nada
#3	3	1	0,29	no hay	nada
#4	3	1	0,44	Queja sobre el incumplimiento de la ley de discapacidad	nada
#5	2	0	0,29	Difusión jornada de bullying	nada

Tabla 1.6 - Análisis Cualitativo Comuna 6 en Facebook

Posteo	Reacciones	Compartidos	Engagement	Comentarios	Respuestas a esos comentarios
#1	2	1	0,19	no hay	nada
#2	0	0	0	no hay	nada
#3	5	0	0,52	Queja sobre estado de plaza	nada
#4	12	3	1,03	Misma queja de estado de plaza	nada
#5	15	1	1,16	Queja por el uso de la plaza tomada por una empresa, seguridad, falta de planeamiento sobre la modificación del parque	nada

Tabla 1.7 - Análisis Cualitativo Comuna 7 en Facebook

Posteo	Reacciones	Compartidos	Engagement	Comentarios	Respuestas a esos comentarios
#1	2	0	0,14	no hay	nada
#2	6	1	0,5	no hay	nada
#3	28	22	4,04	Denuncia por discriminación, defensa de la actividad dos veces	nada
#4	3	0	0,29	Adopcion de animales	nada
#5	4	0	0,36	Tienen que estar en todas las plazas	nada

Tabla 1.8 - Análisis Cualitativo Comuna 8 en Facebook

Posteo	Reacciones	Compartidos	Engagement	Comentarios	Respuestas a esos comentarios
#1	2	0	0,25	Felicitaciones por el estado de la plaza	nada
#2	0	0	0	no hay	nada
#3	8	2	0,55	Comparación entre las escuelas que si trabajan y las dependencias públicas no	nada
#4	1		0,12	Protesta ideologica de la violencia de la mujer al hombre	nada
#5	4	4	0,55	Consulta sobre un servicio	nada

Tabla 1.9 - Análisis Cualitativo Comuna 9 en Facebook

Posteo	Reacciones	Compartidos	Engagement	Comentarios	Respuestas a esos comentarios
#1	0	0	0,06	Crítica sobre los contenedores de basura (compartido por vecino)	nada
#2	3	0	0,17	Crítica sobre el manejo del espacio público (vecino)	nada
#3	3	3	0,52	Crítica por fumigación, pulgas, y falta de iluminación	nada
#4	7	2	0,69	Felicitaciones por el servicio, consulta de calle, y búsqueda de adopción de gato	nada
#5	8	6	0,8	no hay	nada

Tabla 1.10 - Análisis Cualitativo Comuna 10 en Facebook

Posteo	Reacciones	Compartidos	Engagement	Comentarios	Respuestas a esos comentarios
#1	9	3	1,1	Cosas que le gustan del barrio	un mg a un comentario
#2	2	0	0,15	no hay	nada
#3	0	0	0	no hay	nada
#4	13	14	2,06	Queja por se suspendió un evento	Promesa, respuesta y comentario de reprogramación
#5	5	1	0,66	Felicitaciones por la atención	mg al comentario

Tabla 1.11 - Análisis Cualitativo Comuna 11 en Facebook

Posteo	Reacciones	Compartidos	Engagement	Comentarios	Respuestas a esos comentarios
#1	6	0	0,52	Falta de mantenimiento del arbolado público	nada
#2	0	0	0	no hay	nada
#3	6	4	0,63	Crítica hacia la disponibilidad de servicios públicos	nada
#4	3	2	0,26	no hay	nada
#5	2	3	0,26	no hay	nada

Tabla 1.12 - Análisis Cualitativo Comuna 12 en Facebook

Posteo	Reacciones	Compartidos	Engagement	Comentarios	Respuestas a esos comentarios
#1	0	0	0	no hay	nada
#2	0	0	0	no hay	nada
#3	0	0	0	no hay	nada
#4	3	0	0,19	no hay	nada
#5	3	0	0,31	adopcion de animales	nada

Tabla 1.13 - Análisis Cualitativo Comuna 13 en Facebook

Posteo	Reacciones	Compartidos	Engagement	Comentarios	Respuestas a esos comentarios
#1	7	0	0,44	no hay	nada
#2	0	0	0,13	no hay	nada
#3	0	0	0	no hay	nada
#4	5	4	0,56	no hay	nada
#5	9	1	1,19	Pedido de trabajo, consulta sobre si ya arreglaron la plaza, consulta sobre vegetación desconocida	nada

Tabla 1.14 - Análisis Cualitativo Comuna 14 en Facebook

Posteo	Reacciones	Compartidos	Engagement	Comentarios	Respuestas a esos comentarios
#1	7	1	0,39	no hay	nada
#2	8	1	0,49	Felicitaciones por el estado de la plaza	nada
#3	3	1	0,2	no hay	nada
#4	5	3	0,39	no hay	nada
#5	6	2	0,39	no hay	nada

Tabla 1.15 - Análisis Cualitativo Comuna 15 en Facebook

Posteo	Reacciones	Compartidos	Engagement	Comentarios	Respuestas a esos comentarios
#1	6	0	0,63	Pedido de arbolado en plaza de cemento	nada
#2	0	0	0	No hay	nada
#3	3	1	0,45	Adopción de animales	nada
#4	1	0	0,09	no hay	nada
#5	2	2	0,36	no hay	nada

Tabla 2 - Análisis Cuantitativo distritos de Rosario en Facebook

	Me gusta de la pagina	Cantidad de publicaciones	Cantidad de reacciones	Comentarios	Compartidos	% de engagment
Distrito Norte	6746	14	242	6	136	4,07
Distrito Sur	4743	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D
Distrito Centro	5830	20	200	13	60	2,34
Distrito Su-deste	4853	24	645	36	239	7,9
Distrito Oeste	4152	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D
Distrito No-roeste	4022	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D
Promedio	5058	19,33	362,33	18,33	145,00	4,77

Tabla 2.1 - Análisis Cualitativo Distrito Norte (Rosario) en Facebook

Posteo	Reacciones	Compartidos	Engagement	Comentarios	Respuestas a esos comentarios
#1	9	1	1,48	no hay	nada
#2	39	42	12,16	Consultas sobre: documentación para llevar, lugar para realizar la inscripción, más detalles y precio	Respondidas a todas, etiquetando a quien hacía las preguntas, Mg a cada interacción que no necesitaba respuesta
#3	48	24	11,12	Etiquetas, consultas de fecha (que está en un link dentro del posteo) y si se suspende por el clima	nada
#4	19	3	3,26	no hay	nada
#5	8	0	1,19	no hay	nada

Tabla 2.2 - Análisis Cualitativo Distrito Sur (Rosario) en Facebook

Posteo	Reacciones	Compartidos	Engagement	Comentarios	Respuestas a esos comentarios
#1	45	23	11,16	Etiquetas a contactos de los usuarios, consultas sobre la fechas y el curso, confirmar la participación del mismo	Nada
#2	123	21	31,67	Comentarios felicitando las obras, reclamos en otras calles, críticas al estado de la gestión en otras zonas, consultas sobre la ampliación de la obra de iluminaria, queja de seguridad	Nada
#3	11	2	1,99	No hay	Nada
#4	32	6	5,81	No hay	Nada
#5	S/D	S/D	S/D	No hay	Nada

Tabla 2.3 - Análisis Cualitativo Distrito Centro (Rosario) en Facebook

Posteo	Reacciones	Compartidos	Engagement	Comentarios	Respuestas a esos comentarios
#1	6	0	1,03	No hay	Nada
#2	7	0	1,37	Crítica hacia el uso de lenguaje inclusivo	Nada
#3	3	1	0,69	No hay	Nada
#4	38	12	9,26	Etiquetas hacia amigos	Nada
#5	10	2	2,06	No hay	Nada

Tabla 2.4 - Análisis Cualitativo Distrito Sudeste (Rosario) en Facebook

Posteo	Reacciones	Compartidos	Engagement	Comentarios	Respuestas a esos comentarios
#1	18	14	6,8	Agradecimiento al equipo de trabajo	Devolución del agradecimiento
#2	20	11	6,39	No hay	Nada
#3	18	6	5,36	Felicitaciones al trabajo	Nada
#4	10	6	3,5	No hay	Nada
#5	34	9	9,07	Felicitaciones al trabajo	Nada

Tabla 2.5 - Análisis Cualitativo Distrito Oeste (Rosario) en Facebook

Posteo	Reacciones	Compartidos	Engagement	Comentarios	Respuestas a esos comentarios
#1	4	9	3,13	No hay	Nada
#2	26	0	6,5	Felicitaciones de un trabajador/voluntario del lugar	Nada
#3	22	4	6,26	No hay	Nada
#4	16	3	4,82	Emoji de felicitaciones	Nada
#5	17	3	5,06	Queja de usurpación de terrenos en una plaza	Nada

Tabla 2.6 - Análisis Cualitativo Distrito Noroeste (Rosario) en Facebook

Posteo	Reacciones	Compartidos	Engagement	Comentarios	Respuestas a esos comentarios
#1	43	12	15,41	Orgullo porque sale una nena conocida por un grupo de usuarios, invitación entre usuarios	Me gusta en los comentarios
#2	29	15	11,19	Consulta si se suspende	Nada
#3	13	0	3,23	No hay	Nada
#4	15	6	5,72	Felicitaciones por el evento, pregunta por retirar eventos	Me gusta en el comentario

#5	26	30	14,67	Comentarios e invitaciones entre los usuarios	Me gusta en el comentario
----	----	----	-------	---	---------------------------

Tabla 3 - Análisis Cuantitativo comunas de CABA en Twitter

	Seguidores	Siguiendo	Ratio de seguimiento	Cantidad de Tweets	Me gusta	Re-Tweet
Comuna 1	5410	125	0,02	11	43	19
Comuna 2	5244	500	0,10	34	12	12
Comuna 3	5095	364	0,07	11	24	13
Comuna 4	4843	80	0,02	9	14	6
comuna 11	4550	187	0,04	10	14	14
Comuna 5	4449	138	0,03	10	29	20
Comuna 6	4404	378	0,09	8	14	7
Comuna 7	4364	552	0,13	9	12	6
Comuna 8	4286	294	0,07	9	9	1
Comuna 9	4225	182	0,04	11	15	8
Comuna 10	4166	139	0,03	9	23	7
Comuna 12	5429	0	0,00	0	0	0
Comuna 13	3901	142	0,04	10	2	4
Comuna 14	3811	97	0,03	10	25	5
Comuna 15	3679	167	0,05	10	15	12
Promedio	4524	223	0,05	11	17	9

Tabla 3.1 - Análisis Cualitativo Comuna 1 en Twitter

Posteo	Link posteo	Tipo de posteo	Me gusta	Retweet
#1	https://twitter.com/bacomuna1/status/1072898997751291904	Información de servicios públicos	2	1
#2	https://twitter.com/bacomuna1/status/1069677756571680768	Efemérides	1	0
#3	https://twitter.com/bacomuna1/status/1066052221392101376	Información de servicios públicos	0	0
#4	https://twitter.com/bacomuna1/status/1063122030508285953	Contenido blando	7	10

Tabla 3.2 - Análisis Cualitativo Comuna 2 en Twitter

Posteo	Link posteo	Tipo de posteo	Me gusta	Retweet
#1	https://twitter.com/bacomuna2/status/1071086547318071297	Invitación a actividades	0	1
#2	https://twitter.com/bacomuna2/status/1069677228261326854	Efemérides	2	0
#3	https://twitter.com/bacomuna2/status/1067044297319596032	Invitación a actividades	0	0
#4	https://twitter.com/bacomuna2/status/1064855376284274688	Efemérides	0	0

Tabla 3.3 - Análisis Cualitativo Comuna 3 en Twitter

Posteo	Link posteo	Tipo de posteo	Me gusta	Retweet
#1	https://twitter.com/bacomuna3/status/1072898241711218688	Información de servicios públicos	1	0
#2	https://twitter.com/bacomuna3/status/1070324136340348928	Información de servicios públicos	1	3
#3	https://twitter.com/bacomuna3/status/1066051740439642112	Información de servicios públicos	3	2
#4	https://twitter.com/bacomuna3/status/1063120962143641600	Contenido blando	0	1

Tabla 3.4 - Análisis Cualitativo Comuna 4 en Twitter

Posteo	Link posteo	Tipo de posteo	Me gusta	Retweet
#1	https://twitter.com/bacomuna4/status/1072898116901355521	Información de servicios públicos	0	0
#2	https://twitter.com/bacomuna4/status/1069677055548239874	Efemérides	2	0
#3	https://twitter.com/bacomuna4/status/1064855627879587840	Efemérides	3	0

Tabla 3.5 - Análisis Cualitativo Comuna 5 en Twitter

Posteo	Link posteo	Tipo de posteo	Me gusta	Retweet
#1	https://twitter.com/bacomuna15/status/1070705285105442816	Participación vecinal	5	6
#2	https://twitter.com/bacomuna15/status/1067862481517928448	Tráfico	2	1
#3	https://twitter.com/bacomuna15/status/1065652662681722881	Efemérides	1	1
#4	https://twitter.com/bacomuna15/status/1063121258055942145	Contenido blando	4	1

Tabla 3.6 - Análisis Cualitativo Comuna 6 en Twitter

Posteo	Link posteo	Tipo de posteo	Me gusta	Retweet
-	no registra	no registra	-	-

Tabla 3.7 - Análisis Cualitativo Comuna 7 en Twitter

Posteo	Link posteo	Tipo de posteo	Me gusta	Retweet
#1	https://twitter.com/bacomuna7/status/1072897677699006465	Información de servicios públicos	0	0
#2	https://twitter.com/bacomuna7/status/1069676882415771648	Efemérides	1	0
#3	https://twitter.com/bacomuna7/status/1065651678618243072	Efemérides	1	1

Tabla 3.8 - Análisis Cualitativo Comuna 8 en Twitter

Posteo	Link posteo	Tipo de posteo	Me gusta	Retweet
#1	https://twitter.com/bacomuna8/status/1072897562871586816	Información de servicios públicos	5	0
#2	https://twitter.com/bacomuna8/status/1069676785103790081	Efemérides	4	0
#3	https://twitter.com/bacomuna8/status/1066051454476189696	Información de servicios públicos	2	1
#4	https://twitter.com/bacomuna8/status/1063120382134231040	Contenido blando	4	0

Tabla 3.9 - Análisis Cualitativo Comuna 9 en Twitter

Posteo	Link posteo	Tipo de posteo	Me gusta	Retweet
#1	https://twitter.com/bacomuna4/status/1072898116901355521	Información de servicios públicos	0	0
#2	https://twitter.com/bacomuna4/status/1069677055548239874	Efemérides	2	0
#3	https://twitter.com/bacomuna4/status/1064855627879587840	Efemérides	3	0

Tabla 3.10 - Análisis Cualitativo Comuna 10 en Twitter

Posteo	Link posteo	Tipo de posteo	Me gusta	Retweet
#1	https://twitter.com/bacomuna10/status/1072920187274444801	Efemérides	1	1
#2	https://twitter.com/bacomuna10/status/1070324586946928640	Información de servicios públicos	3	1
#3	https://twitter.com/bacomuna10/status/1066052322789339137	Información de servicios públicos	0	0
#4	https://twitter.com/bacomuna10/status/1063472670984077313	Efemérides	0	0

Tabla 3.11 - Análisis Cualitativo Comuna 11 en Twitter

Posteo	Link posteo	Tipo de posteo	Me gusta	Retweet
#1	https://twitter.com/bacomuna11/status/1072898455385841664	Información de servicios públicos	1	0
#2	https://twitter.com/bacomuna11/status/1069677586228371457	Efemérides	4	2
#3	https://twitter.com/bacomuna11/status/1065653067767533569	Efemérides	1	1

Tabla 3.12 - Análisis Cualitativo Comuna 12 en Twitter

Posteo	Link posteo	Tipo de posteo	Me gusta	Retweet
#1	https://twitter.com/bacomuna12/status/1072898841995808768	Información de servicios públicos	3	1
#2	https://twitter.com/bacomuna12/status/1069677493571989505	Efemérides	2	0
#3	https://twitter.com/bacomuna12/status/1065652924997648384	Efemérides	2	1

Tabla 3.13 - Análisis Cualitativo Comuna 13 en Twitter

Posteo	Link posteo	Tipo de posteo	Me gusta	Retweet
#1	https://twitter.com/bacomuna13/status/1070705300590784512	Participación vecinal	2	1
#2	https://twitter.com/bacomuna13/status/1067862554834288645	Tráfico	0	0
#3	https://x.com/bacomuna13/status/1066052001371443205	Información de servicios públicos	4	0
#4	https://twitter.com/bacomuna13/status/1064988491870818313	Invitación a actividades	0	0

Tabla 3.14 - Análisis Cualitativo Comuna 14 en Twitter

Posteo	Link posteo	Tipo de posteo	Me gusta	Retweet
#1	https://twitter.com/bacomuna14/status/1073589006477287425	Información de servicios públicos	2	0
#2	https://twitter.com/bacomuna14/status/1072488335527038976	Invitación a actividades	0	0
#3	https://twitter.com/bacomuna14/status/1070662067613523968	Invitación a actividades	0	1
#4	https://twitter.com/bacomuna14/status/1068202800134406145	Invitación a actividades	0	0
#5	https://twitter.com/bacomuna14/status/1067850067636297729	Invitación a actividades	0	0
#6	https://twitter.com/bacomuna14/status/1067037025864482816	Respuesta a consultas puntuales	0	1
#7	https://twitter.com/bacomuna14/status/1065611552659832832	Efemérides	0	0
#8	https://twitter.com/bacomuna14/status/1065267810081878016	Invitación a actividades	0	1

Tabla 3.15 - Análisis Cualitativo Comuna 15 en Twitter

Posteo	Link posteo	Tipo de posteo	Me gusta	Retweet
#1	https://twitter.com/bacomuna15/status/1070705285105442816	Participación vecinal	5	6
#2	https://twitter.com/bacomuna15/status/1067862481517928448	Tráfico	2	1
#3	https://twitter.com/bacomuna15/status/1065652662681722881	Efemérides	1	1
#4	https://twitter.com/bacomuna15/status/1063121258055942145	Contenido blando	4	1

Tabla 4 - Análisis Cuantitativo distritos de Rosario en Twitter

	Seguidores	Siguiendo	Ratio de	Cantidad de Tweets	Me gusta	Re-Tweet
Distrito Sur	2852	600	0,21	58	322	144
Distrito Centro	2628	600	0,23	31	94	34
Distrito No-roeste	228	250	1,10	23	48	13
Distrito Su-doeste	2208	600	0,27	33	224	166
Distrito Oeste	2090	480	0,23	33	277	123
Distrito Norte	1692	320	0,19	30	152	81
Promedio	1949,67	475	0,37	34,67	186,17	93,50

Tabla 4.1 - Análisis Cualitativo Distrito Sur en Twitter

Posteo	Link posteo	Tipo de posteo	Me gusta	Retweet
#1	https://twitter.com/CMDSur/status/1074032750385090560	Invitación a actividades	7	3
#2	https://twitter.com/CMDSur/status/1073574682937438208	Invitación a actividades	6	5
#3	https://twitter.com/CMDSur/status/1073180172835348480	Información de servicios públicos	3	1
#4	https://twitter.com/CMDSur/status/1072465044905041920	Información de servicios públicos	2	2
#5	https://twitter.com/CMDSur/status/1071538069743038465	Información de servicios públicos	14	6
#6	https://twitter.com/CMDSur/status/1070752212240994306	Información de servicios públicos	2	3
#7	https://twitter.com/CMDSur/status/1070284979308019712	Información de servicios públicos	1	0
#8	https://twitter.com/CMDSur/status/1069599749169397760	Respuesta a consultas puntuales	0	0

Tabla 4.2 - Análisis Cualitativo Distrito Centro en Twitter

Posteo	Link posteo	Tipo de posteo	Me gusta	Retweet
#1	https://twitter.com/CMDCentro/status/1073567367651844096	Participación vecinal	5	3
#2	https://twitter.com/CMDCentro/status/1072856029275267072	Información de servicios públicos	5	1
#3	https://twitter.com/CMDCentro/status/1072472958285815810	Información de servicios públicos	0	0
#4	https://twitter.com/CMDCentro/status/1069609852140437504	Información de servicios públicos	4	2
#5	https://twitter.com/CMDCentro/status/1068555341695254528	Información de servicios públicos	4	1
#6	https://twitter.com/CMDCentro/status/1067060874773504000	Información de servicios públicos	1	0
#7	https://twitter.com/CMDCentro/status/1065585185310289920	Información de servicios públicos	5	1
#8	https://twitter.com/CMDCentro/status/1064890001215954944	Participación vecinal	2	0

Tabla 4.3 - Análisis Cualitativo Distrito Noroeste en Twitter

Posteo	Link posteo	Tipo de posteo	Me gusta	Retweet
#1	https://twitter.com/CMDNoroeste/status/1073729348778319874	Información de servicios públicos	1	0
#2	https://twitter.com/CMDNoroeste/status/1072119415133622272	Información de servicios públicos	1	0
#3	https://twitter.com/CMDNoroeste/status/1070704505308745728	Información de servicios públicos	0	0
#4	https://twitter.com/CMDNoroeste/status/1070300372663762944	Información de servicios públicos	2	0
#5	https://twitter.com/CMDNoroeste/status/1068262215797612544	Información de servicios públicos	2	0
#6	https://twitter.com/CMDNoroeste/status/1067066349384536064	Información de servicios públicos	1	0
#7	https://twitter.com/CMDNoroeste/status/1065626333919760384	Respuesta a consultas puntuales	0	0
#8	https://twitter.com/CMDNoroeste/status/1064890644345339906	Información de servicios públicos	5	1

Tabla 4.4- Análisis Cualitativo Distrito Sudoeste en Twitter

Posteo	Link posteo	Tipo de posteo	Me gusta	Retweet
#1	https://twitter.com/CMDSudoeste/status/1071163100412420097	Información de servicios públicos	17	9
#2	https://twitter.com/CMDSudoeste/status/1070363443482497024	Información de servicios públicos	4	1
#3	https://twitter.com/CMDSudoeste/status/1069705867312930817	Información de servicios públicos	5	4
#4	https://twitter.com/CMDSudoeste/status/1068521456726765569	Información de servicios públicos	11	4
#5	https://twitter.com/CMDSudoeste/status/1067772744241201152	Información de servicios públicos	4	4
#6	https://twitter.com/CMDSudoeste/status/1065799300591099906	Respuesta a consultas puntuales	3	0
#7	https://twitter.com/CMDSudoeste/status/1065620615758008320	Información de servicios públicos	12	4
#8	https://twitter.com/CMDSudoeste/status/1064969848340602881	Información de servicios públicos	4	1

Tabla 4.5 - Análisis Cualitativo Distrito Oeste en Twitter

Posteo	Link posteo	Tipo de posteo	Me gusta	Retweet
#1	https://twitter.com/CMDOeste/status/1073332139733778434	Información de servicios públicos	11	8
#2	https://twitter.com/CMDOeste/status/1072131844370558977	Participación vecinal	14	4
#3	https://twitter.com/CMDOeste/status/1070061007102509067	Participación vecinal	9	6
#4	https://twitter.com/CMDOeste/status/1068158986145415168	Información de servicios públicos	15	7
#5	https://twitter.com/CMDOeste/status/1067756863054364672	Información de servicios públicos	7	4
#6	https://twitter.com/CMDOeste/status/1066058055434076160	Participación vecinal	7	4
#7	https://twitter.com/CMDOeste/status/1066010012974235648	Participación vecinal	8	4
#8	https://twitter.com/CMDOeste/status/1065611661795622913	Participación vecinal	16	3

Tabla 4.6 - Análisis Cualitativo Distrito Norte en Twitter

Posteo	Link posteo	Tipo de posteo	Me gusta	Retweet
#1	https://twitter.com/CMDNorte/status/1073617338153484288	Efemérides	7	3
#2	https://twitter.com/CMDNorte/status/1072898710781218817	Información de servicios públicos	9	4
#3	https://twitter.com/CMDNorte/status/1072098832492781569	Información de servicios públicos	11	4
#4	https://twitter.com/CMDNorte/status/1069682904064765952	Invitación a actividades	0	0
#5	https://twitter.com/CMDNorte/status/1068965508685418497	Invitación a actividades	1	1
#6	https://twitter.com/CMDNorte/status/1067145971568648193	Información de servicios públicos	2	2
#7	https://twitter.com/CMDNorte/status/1065957021848125440	Participación vecinal	8	5
#8	https://twitter.com/CMDNorte/status/1064891612856238082	Participación vecinal	2	1

Tabla 5 - Análisis Cuantitativo comunas de CABA en Instagram

	Seguidores	Cantidad de Publicaciones	Me gusta	Comentario	Tasa de Engagement
Comuna 1	no registra	no registra	no registra	no registra	no registra
Comuna 2	no registra	no registra	no registra	no registra	no registra
Comuna 3	no registra	no registra	no registra	no registra	no registra
Comuna 4	no registra	no registra	no registra	no registra	no registra
comuna 11	no registra	no registra	no registra	no registra	no registra
Comuna 5	no registra	no registra	no registra	no registra	no registra
Comuna 6	no registra	no registra	no registra	no registra	no registra
Comuna 7	no registra	no registra	no registra	no registra	no registra
Comuna 8	no registra	no registra	no registra	no registra	no registra
Comuna 9	no registra	no registra	no registra	no registra	no registra
Comuna 10	no registra	no registra	no registra	no registra	no registra
Comuna 12	no registra	no registra	no registra	no registra	no registra
Comuna 13	no registra	no registra	no registra	no registra	no registra
Comuna 14	423	24	532	11	%53,49
Comuna 15	no registra	no registra	no registra	no registra	no registra

Tabla 5.1 - Análisis Cualitativo Comuna 14 en Instagram

Posteo	Me Gusta	Comentarios	Respuestas a esos comentarios
#1	13	Confirmación de presencia	-
#2	16	Consulta sobre participación	Uso de @ más redirección hacia link para la inscripción
#3	18	no	-

Anexo II

Decide_Madrid



Fig. 1.1. Inicio

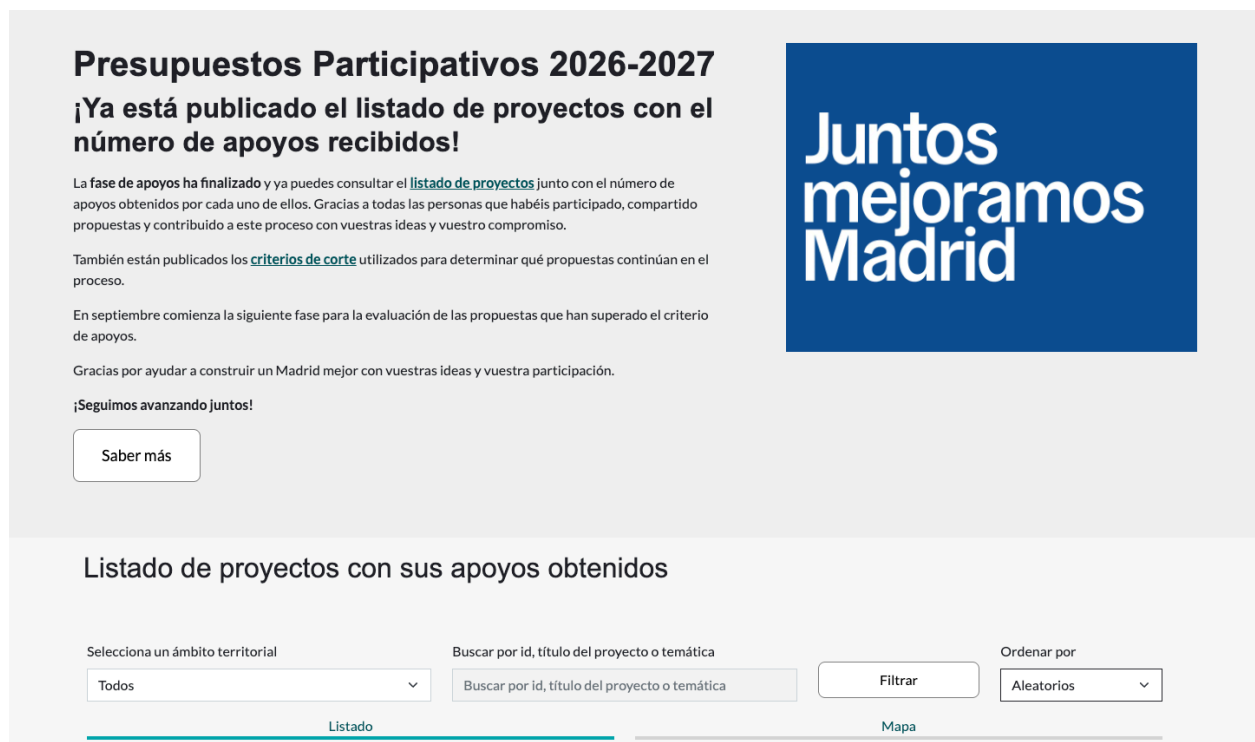


Fig. 1.2. Selección de Presupuestos participativos.

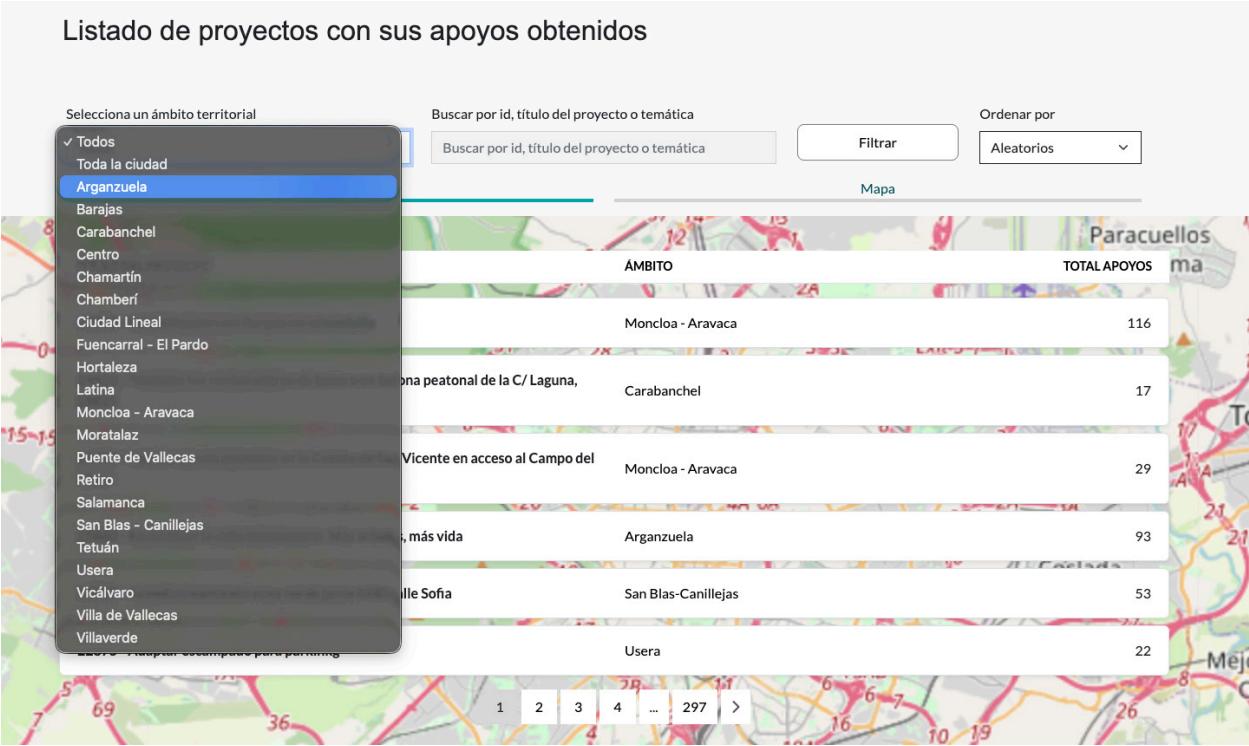


Fig. 1.3. Listado de Presupuestos participativos.

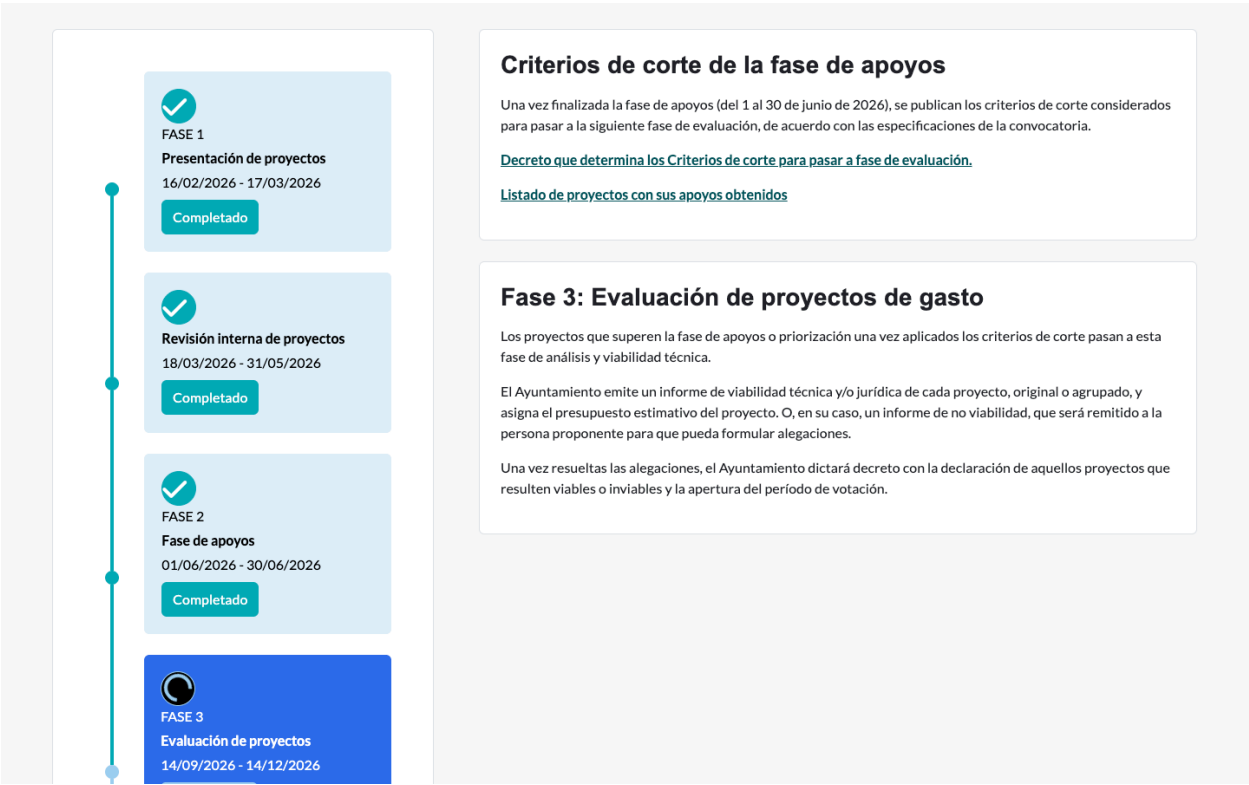


Fig. 1.4. Fases de Presupuestos participativos.



Fig. 1.7. Propuesta participativa. Comentarios.

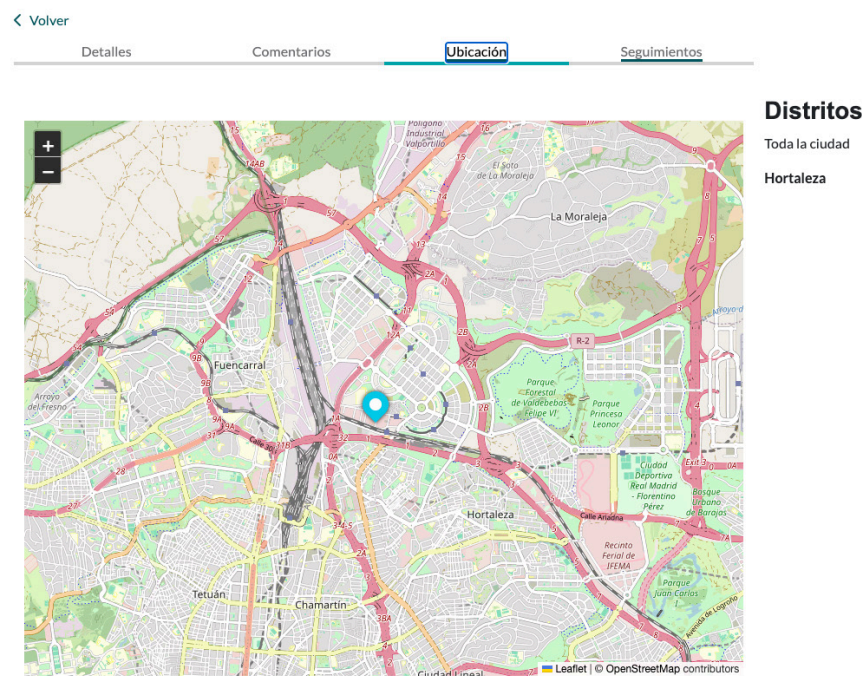


Fig. 1.8. Propuesta participativa. Ubicación.

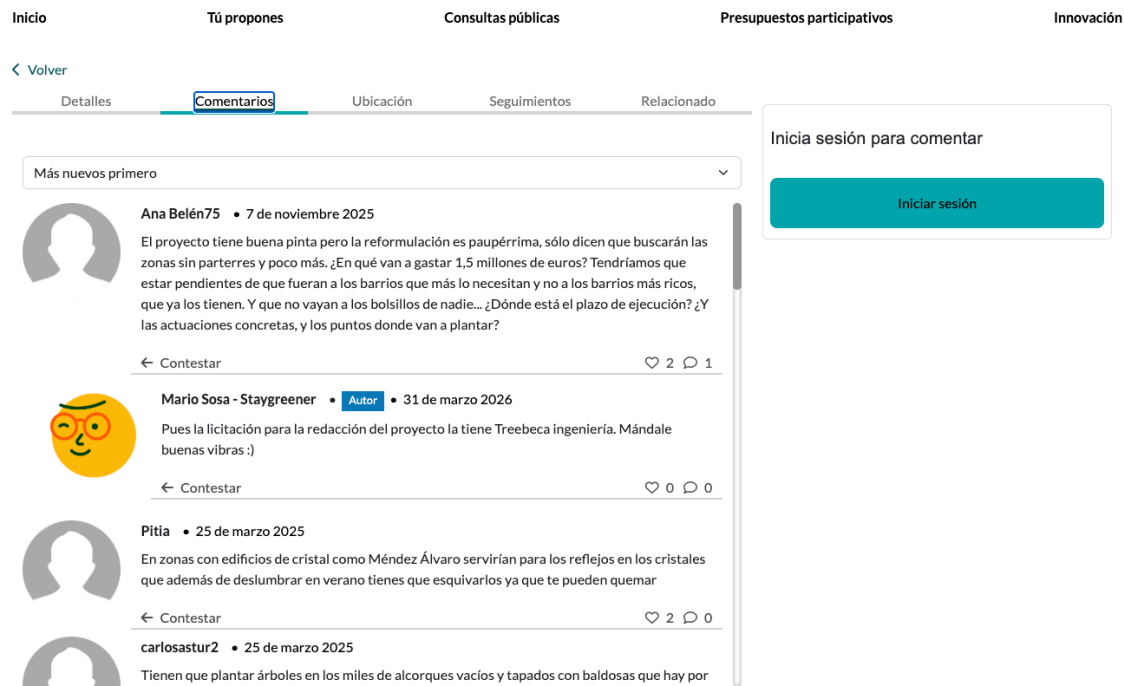


Fig. 1.11. Propuesta participativa aprobada. Comentarios.

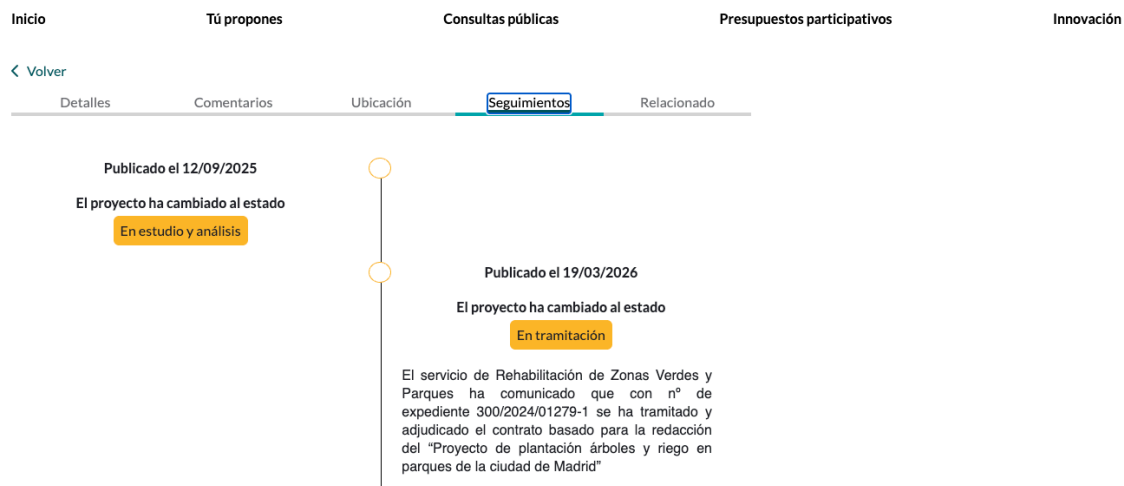


Fig. 1.11. Propuesta participativa aprobada. Historial de seguimiento.

Inicio

Tú propones

Consultas públicas

Presupuestos participativos

Innovación

< Volver

Detalles

Comentarios

Ubicación

Seguimientos

Relacionado

Contenido relacionado (4)

Proyecto de gasto

Aumento del número de árboles en la ciudad (Objetivo: ninguna calle sin elemento

Proyecto de gasto

Verde Ventilla-Almenara: Revitalización Urbana mediante la Arborización

Proyecto de gasto

PANTALLAS ACÚSTICAS o PANTALLAS VEGETALES EN ARROYO FONTARRÓN / VIA SERVICIO A3

Propuesta

Proyecto de mejora del entorno urbano Conectando Barrios: Hortaleza | Chamartín

Fig. 1.12. Propuesta participativa aprobada. Relacionados.

Anexo III

Entrevista 1:

Oswaldo Ortiz

Director del CPC en Mercado Norte

Gestión Municipal: 2015 - 2019

Fecha: 08/12/2018

Lugar : Presencial, Córdoba

Duración: 48:50

Tipo de entrevista: en profundidad, semi estructurada

Entrevistador: ¿La situación territorial y de descentralización de Córdoba es comparable a otras ciudades grandes como Buenos Aires o Rosario?

Oswaldo Ortiz: No. Córdoba presenta una situación particular, con una gran expansión territorial, una gran cantidad de barrios (alrededor de 534 barrios en total) y entes descentralizantes que es única en Latinoamérica. A diferencia de Buenos Aires y Rosario, donde las comunas funcionan también como centros vecinales, en Córdoba el CPC y el centro vecinal son organigramas distintos reconocidos por la carta orgánica.

Entrevistador: Teniendo en cuenta que los CPC dependen de la municipalidad, ¿cuál es el rol de su autonomía y sus recursos de comunicación?

Oswaldo Ortiz: Los CPC tienen cierta autonomía para moverse. Respecto a la comunicación, antes era muy complicada y dependía de que el Director tuviera conocimientos propios (como diseño gráfico, como en un evento de 2014). Ahora ha cambiado: la Secretaría de Modernización cuenta con un equipo de comunicadores, diseñadores gráficos y desarrolladores web para apoyar a todas las áreas, incluyendo los CPC.

Entrevistador: ¿Cómo se gestiona este nuevo apoyo de comunicación?

Oswaldo Ortiz: Se gestiona a través de un formulario muy sencillo de llenar en la intranet, que es común a todos los CPC y áreas, y permite solicitar la pieza ya hecha (como el flyer de un evento).

Entrevistador: ¿El CPC tiene autonomía para colocar contenido en sus redes sociales?

Oswaldo Ortiz: Sí. Si el CPC sube el contenido directamente, no tiene que pedir permiso a nadie. Pueden crear eventos o cursos propios (como el de alimentación sustentable con Desarrollo Social) sin necesidad de aprobación central.

Entrevistador: ¿Cuál es la diferencia entre la actividad “El CPC en tu centro vecinal” y “La Muni en tu barrio”?

Oswaldo Ortiz: “El CPC en tu centro vecinal” es mucho más chico que “La Muni en tu barrio”. El vínculo es distinto, ya que los inspectores del CPC conocen la idiosincrasia y las problemáticas específicas de los barrios (como problemas con una plaza), permitiendo una solución de

problemas más dirigida.

Entrevistador: ¿El Área de Modernización apoya a los centros vecinales en la comunicación de la misma manera que a los CPC?

Osvaldo Ortiz: No. Modernización apoya a los CPC. Los centros vecinales no tienen acceso directo al sistema de pedido a través de la intranet, aunque sí reciben ayuda a través de la Dirección de Políticas Vecinales.

Entrevistador: ¿Qué guía la comunicación y las políticas del CPC?

Osvaldo Ortiz: Todo se enmarca en la plataforma de gestión y el plan de metas que establece el intendente (Ramón Javier Mestre), y cada área debe alinear sus acciones para que ese plan se cumpla.

Entrevistador: ¿Cómo se reciben y gestionan los reclamos de los vecinos, incluyendo aquellos fuera de la jurisdicción del CPC?

Osvaldo Ortiz: Los reclamos pueden llegar por distintos medios (teléfono, Facebook, centros vecinales). Los servicios están tan descentralizados que la Mesa de Entrada del CPC recepta todo tipo de pedidos y reclamos, sin importar de dónde sea el vecino (ej. Cofico, aunque no corresponde).

Entrevista 2:

Jaime Juaneda

Director de Políticas Vecinales

Gestión Municipal: 2015 - 2019

Fecha: 07/11/2018

Lugar : Presencial, Córdoba

Duración: 42 minutos

Tipo de entrevista: en profundidad, semiestructurada.

Entrevistador: ¿Cómo se define la complejidad urbana de Córdoba en términos de su tamaño, mancha urbana y estructura de barrios?

Jaime Juaneda: La complejidad de Córdoba se define por su gran tamaño. La Mancha Urbana se entiende como el sector poblado, y Córdoba posee la cuarta mancha urbana del mundo, después de Moscú, Ciudad de México y São Paulo, o por lo menos eso decían hace seis años y nueve meses, y nadie lo retrucó. El ejido de la ciudad abarca 576 km². Para ponerlo en perspectiva, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires tiene 199 km², por lo cual Córdoba es tres veces más grande que Buenos Aires, y casi cuatro veces más grande que Rosario (150 y pico km²). En cuanto a su división interna, la ciudad tiene 424 barrios, además de un paquete de 94 barrios más en discusión en el Concejo Deliberante, donde se están asignando nombres (escuchando a los vecinos para no perder el sentido de pertenencia), modificando límites y consolidando otros. No hay un criterio razonable y uniforme en la definición de estos barrios, resultando en barrios muy pequeños y otros muy grandes. Por ejemplo, Villa Libertador es el barrio más grande de Córdoba y tiene 120.000 habitantes. La división política y catastral de

barrios no se ha sostenido bajo un criterio único durante décadas.

Entrevistador: ¿Cuál es la infraestructura de presencia territorial que distingue a la Municipalidad de Córdoba y cómo se compara con otras ciudades?

Jaime Juaneda: La municipalidad de Córdoba tiene una trama de presencia en el territorio que, según la fuente, no es igualada por ninguna otra municipalidad del país. Esta infraestructura incluye: 11 CPC y dos sub CPC. 27 centros de salud, constituyendo una red de salud pública para atención primaria que no tiene ninguna otra ciudad del mundo. Tres hospitales municipales y tres centros de especialidad médicas. 37 jardines y 37 escuelas municipales. Seis Parques Educativos.

Entrevistador: ¿Cómo se originó y qué dificultades enfrenta el proceso de descentralización a través de los CPC y la gestión operativa?

Jaime Juaneda: El concepto de descentralización comenzó a gestarse alrededor de 1980. Inicialmente, la descentralización fue tecnológica; por ejemplo, en los años 80 solo existía una boca de expendio para pagar. Hoy en día, los CPC han descentralizado todas las áreas administrativas.

Sin embargo, las áreas operativas aún no están totalmente descentralizadas. Lo pendiente es el avance en cuadrillas de alumbrado y bacheo. Sí se han descentralizado algunas áreas operativas, como Policía de Tránsito, escuadras de Higiene Urbana (con camiones, bateas y personal), y escuadras de desmalezado y limpieza de baldíos.

El avance en la descentralización se enfrenta a varios obstáculos:

La fuerte posición cultural del empleado.

El sindicato, que teme perder fuerza si se ejerce el centralismo.

La necesidad de presupuesto para equipar y dotar de más personal a cada CPC, además de armar lugares para guardar la maquinaria.

Entrevistador: ¿Cuál es el rol de los Centros Vecinales, cuántos barrios representan típicamente y cuál es su estado actual de credibilidad?

Jaime Juaneda: Los Centros Vecinales cumplen dos ejes principales:

Sostenimiento y mejoramiento de la infraestructura del barrio: Actúan como gestores ante la jurisdicción correspondiente (Municipalidad o Provincia) para llevar adelante el mantenimiento, ya que ellos no pueden afrontar el presupuesto ni hacer obra pública.

Fomento de la promoción humana y la cohesión social.

Por ordenanza, un centro vecinal puede representar hasta dos barrios, aunque el 90% de los centros vecinales en Córdoba representa solo uno.

A pesar de su función, las instituciones, incluida la dirigencia de los centros vecinales, están totalmente bajo la lupa, desacreditadas y sufren de una desconfianza generalizada en el país. La participación de la gente decae cuando las comisiones directivas son cerradas o incapaces de conducir equipos.

Entrevistador: ¿Cómo busca la Municipalidad fomentar la participación ciudadana y cuáles son los ejemplos de proyectos exitosos?

Jaime Juaneda: Se busca generar ámbitos de participación para la toma de decisión, ya que

esto tiene un impacto más rápido y poderoso en la asimilación de comportamientos cívicos y la visión de ciudad.

Ejemplos de participación incluyen: Parques Educativos: Estos fueron resultado de un proceso participativo ejemplar de un año, con tabletas temáticas para construir cimientos sociales. El Estado solo mantiene la infraestructura del edificio, mientras que los vecinos, a través de sus organizaciones, comandan el parque (gobernanza real). Gracias a esta apropiación, no sufrieron robos ni vandalismo. Son un punto de encuentro, ofrecen múltiples actividades gratuitas, y pasan cerca de 4,000 personas por semana.

Plazas Participativas (“Tu barrio, tu plaza”): Este proceso busca cambiar el paradigma donde el funcionario decide todo. Se realizan talleres participativos con frentistas, centros vecinales, jubilados, policía, escuelas y otros actores sociales. En estos talleres, se diagnostica cómo está la plaza, se proyecta qué tipo de plaza quieren, y se valida el proyecto. El municipio ejecuta con la ayuda de los vecinos. El objetivo es que los vecinos definan elementos que realmente necesitan (como senderos peatonales siguiendo las huellas de caminata o juegos inclusivos) para que, una vez implementados, los cuiden y generen sentido de pertenencia.

Entrevistador: ¿Qué críticas se mencionan sobre el comportamiento cívico, la cultura de trabajo y la gestión de grandes obras de infraestructura en la ciudad?

Jaime Juaneda: Existe una crítica fuerte al comportamiento y cultura del ciudadano. Se piensa que si no hay policía, se saquea; y si no hay inspectores de tránsito, se deja el auto donde se quiera, lo cual refleja que “el quilombo somos nosotros”. Respecto a la basura, hay un desprecio total por la ciudad; se cree que una ciudad limpia es la que más se limpia, en lugar de la que menos se ensucia. El sindicato se opone a la automatización de la recolección, aunque el servicio es ineficiente. En cuanto a la gestión municipal, se señala:

Una planta de empleados deficiente que no tiene cultura de trabajo, especialmente en las áreas más duras.

Problemas de financiación y coparticipación: De cada 10 pesos que entran al municipio, cuatro se los lleva la Nación y tres la Provincia, dejando solo tres para pagar salarios y mantener el presupuesto.

Se critica que las grandes obras de infraestructura reciente parecen ser “obras de campaña” en lugar de “obras de gobierno”. Por ejemplo, el cierre de la Circunvalación lo están haciendo con “restos de obra” de gobiernos anteriores (Martí) y de Nación, y lo están ejecutando “24x7 desesperados para inaugurarla,” lo cual es costoso e innecesario. Se menciona la falta de planificación en obras como el nudo El Tropezón, que fue inaugurado a las apuradas y tuvo que ser roto varias veces después, significando más gasto. Se enfatiza que las obras deberían priorizar el transporte público (que moviliza a 130,000 personas por día en avenidas como la Rafael Núñez) sobre el coche individual, que tiene una ocupación promedio de 1.2 personas por vehículo.

Entrevista 3:

Sebastián Guerrini

Diseñador y Consultor en Comunicación Visual

Fecha: 14/02/2019

Lugar : Presencial, La Plata (Buenos Aires)

Duración: 28 minutos

Tipo de entrevista: en profundidad, semiestructurada

Entrevistador: ¿Cuál es el principal motivo para investigar los entes de descentralización como los CPC?

Sebastián Guerrini: En teoría, estos entes deberían funcionar como “mini partes de la gestión principal” con el poder de tomar decisiones, ya que se supone que conocen mejor su territorio y sus barrios. Sin embargo, desde el punto de vista de la comunicación, a menudo siguen siendo “parásitos” de lo que saca la gestión principal.

Entrevistador: ¿Cuál es tu visión sobre el rol ideal del diseño en la comunicación política/gubernamental?

Sebastián Guerrini: El diseñador debe ir más allá de ser un técnico que solo “resuelve las piezas”. Debe ser un “conductor” y un creador de imagen. Su rol es pasar de la idea a la “dinamización social”. El diseñador ideal se integra en el equipo directivo y se mete a discutir como creativo de campaña a la par de sociólogos y consultores, interpretando simbólicamente la estrategia.

Entrevistador: ¿Qué crítica se hace a la posición actual del diseñador en las campañas políticas?

Sebastián Guerrini: Generalmente, el diseñador es visto como un “fantasma” o un técnico al que se le encarga el trabajo sin involucrarse en el debate estratégico central. El diseñador suele ser el chico o chica al que le pagan poco, mientras que el que se llena de dinero es el que lidera la estrategia. Además, existe un “régimen de poder” donde al consultor o jefe le conviene que el diseñador “no piense”, ya que si piensa, comenzará a defender sus propios intereses, incluyendo discutir los honorarios.

Entrevistador: ¿Cómo planteas la metodología para integrar el diseño en la estrategia política?

Sebastián Guerrini: Sugiere una metodología práctica basada en “10 poderes” (como el poder de agendar, materializar y memorizar). Esta metodología fuerza a pensar y definir qué se debe decir, de qué manera y con qué recursos, antes de comenzar a dibujar, dándole al diseñador herramientas para debatir la estrategia.

Entrevistador: ¿Qué experiencias negativas has tenido con el trabajo para el Estado Argentino?

Sebastián Guerrini: El trabajo en el Estado puede ser “muy inoperante”, como mi experiencia durante el gobierno de De la Rúa. Además, el pago es “muy aleatorio”: si no se tiene un amigo en el poder, pueden pagar a los ocho meses, lo cual es inaceptable. Aunque trabajé con diferentes facciones políticas (como la Alianza o el PRO), encontré que el Peronismo era más “lineal” y expeditivo en cuestiones financieras.

Entrevista 4:

Carolina Apesteguy

Subdirectora del CPC Mercado Norte

Periodo Gestión Municipal: 2019-2023

Fecha: 07/03/24

Lugar : Presencial, Córdoba

Duración: 13 minutos

Tipo de entrevista: en profundidad, semiestructurada

Entrevistador: ¿Cuáles son los principales canales que la Municipalidad ofrece a los vecinos para reportar problemas de gestión?

Carolina Apesteguy: El canal principal de reporte es la “App Ciudadana”, una aplicación accesible a todos los vecinos y vecinas. Esta herramienta permite reportar ocho tipos de problemas, que son derivadas automáticamente al sector municipal correspondiente.

Entrevistador: ¿Qué categorías de problemas específicos se pueden reportar a través de esta aplicación?

Carolina Apesteguy: Los problemas que se pueden reportar incluye alumbrado público, semáforos, calles, cloacas, plazas y espacios verdes, vía pública, recolección de residuos y predios, baldíos o edificados.

Entrevistador: ¿Se ha observado un impacto en el flujo de consultas o reclamos en métodos tradicionales desde la implementación de la aplicación?

Carolina Apesteguy: Sí, se notó una reducción en la cantidad de consultas y pedidos a través de la aplicación, aunque no todos los vecinos la utilizan (a veces debido a desconocimiento o franjas etarias). Para la franja etaria más joven, el uso de la app es notable.

Entrevistador: ¿Qué sucede con los vecinos que aún utilizan métodos tradicionales, como acudir a la mesa de entrada?

Carolina Apesteguy: Aquellos vecinos que siguen utilizando métodos tradicionales, como las mesas de entrada, reciben un seguimiento del curso del expediente que se inicia.

Entrevistador: ¿Existe un mecanismo formal para la planificación de obras y acciones que integre a los vecinos, los CPC y las áreas centrales?

Carolina Apesteguy: Sí, existe el mecanismo de las Juntas de Participación Vecinal. Estas son reuniones donde convergen los CPC, representantes del Consejo Deliberante, centros vecinales, el tercer sector, colegios e iglesias.

Entrevistador: ¿Cuál es el objetivo principal de estas Juntas de Participación Vecinal?

Carolina Apesteguy: El objetivo es realizar un diagnóstico barrial o distrital para luego elaborar un plan de acción que incluya pequeñas o medianas obras.

Entrevistador: ¿Con qué periodicidad se realiza este proceso de diagnóstico y planificación?

Carolina Apesteguy: Este proceso se realiza todos los años. El plan de acción se elabora para ejecutarse de un periodo anual al siguiente.

Entrevistador: ¿De dónde surgen las propuestas de actividades (culturales, deportivas, sociales) que se llevan a cabo en el territorio?

Carolina Apesteguy: Las propuestas pueden surgir de dos maneras: desde el CPC (donde elaboran un plan de acción, por ejemplo, para los próximos tres meses) o desde la Municipalidad (las áreas centrales hacen propuestas para que sean volcadas en el territorio).

Entrevistador: ¿Bajo qué lineamientos se crean los planes de acción del CPC?

Carolina Apesteguy: Los planes de acción del CPC se elaboran basándose en la visión de la gestión municipal y los lineamientos de la Secretaría de Participación Ciudadana.

Entrevistador: ¿Cómo se maneja la difusión de actividades, el diseño de flyers y la provisión de material gráfico (fotógrafos, filmación)?

Carolina Apesteguy: La gestión de la difusión está centralizada. La Municipalidad cuenta con un Área de prensa que se encarga de armar los flyers y toda la difusión externa. También proveen fotografías oficiales y ajustan los lineamientos a derechos de identidades.

Entrevistador: ¿El CPC utiliza recursos propios o se apoya en el Área central de prensa?

Carolina Apesteguy: Los CPC utilizan los recursos del Área central de prensa. Se hacen pedidos a las áreas centrales, se encarga de recolectar todas las actividades previstas o se les envían diariamente (o en un plazo máximo de tres días), y ellos arman las piezas de comunicación y son responsables de la difusión.

Entrevistador: ¿Cuál es la justificación para esta centralización de la comunicación?

Carolina Apesteguy: La centralización se realiza a los fines de mantener el mismo alineamiento, tanto estético como comunicativo. De esta manera, se permite que haya un solo canal de comunicación.

Entrevistador: ¿Quién maneja las redes sociales oficiales del CPC o las consultas en línea?

Carolina Apesteguy: Los medios oficiales son gestionados por el Área de prensa que depende directamente de la Municipalidad. El CPC no tiene un canal de comunicación exclusivo para consultas en redes sociales. Si alguien pregunta en el Facebook del CPC, contestará alguien del Área de prensa.

Entrevistador: ¿Cuál es el rol exclusivo del CPC dentro de la estructura, si las herramientas de comunicación son centralizadas?

Carolina Apesteguy: Dentro del CPC, nos encargamos exclusivamente de la gestión como tal: tener las herramientas brindadas por la Municipalidad y aplicarlas.

Entrevistador: ¿A qué Secretaría pertenece el CPC, y cuál es su estructura jerárquica directa?

Carolina Apesteguy: El CPC se enmarca dentro de la Secretaría de Participación Ciudadana y Juventud. El Secretario es Juan Domingo Viola. La estructura jerárquica directa incluye al secretario y luego a los directores, subdirectores o subsecretarios. La parte vecinal no corresponde a esta secretaría.

Entrevistador: ¿Qué canales utilizan internamente los miembros de la Municipalidad y CPC para comunicarse o gestionar requerimientos internos?

Carolina Apesteguy: Para el contacto directo y fluido, el canal utilizado es WhatsApp. Para otro tipo de requerimientos o gestiones, se utiliza un sistema de intranet que está dentro del CIDI, a partir del VeDi (Vecino Digital). Este sistema es usado por empleados y funcionarios para hacer reclamos o gestiones internas necesarias para el funcionamiento de la Municipalidad.

Entrevistador: ¿Cómo se mantiene el contacto con las organizaciones barriales (centros vecinales, iglesias)?

Carolina Apesteguy: Se utilizan ambas maneras: la formal (canales formales para eventos protocolarios) y la informal. La gestión actual busca cercanía y utiliza WhatsApp como principal medio para mantener contacto fluido y dialogar con periodicidad con instituciones.