



Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad
e-ISSN: 2007-3607
Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
México
paakat@udgvirtual.udg.mx

Expresiones de identidad ciudadana digital en Facebook y Twitter. El caso del gobierno municipal de Saltillo, Coahuila

Expressions of digital citizen identity on Facebook and Twitter. The case of the Saltillo, Coahuila's municipal government

Gabriel Pérez Salazar*

<https://orcid.org/0000-0003-0083-4083>

Universidad Autónoma de Coahuila, México

Sergio Antonio Corona Reyes**

<https://orcid.org/0000-0003-0094-5752>

Universidad Autónoma de Coahuila, México

[Recibido 5/02/2021. Aceptado para su publicación 8/07/2021]

DOI: <http://dx.doi.org/10.32870/Pk.a11n21.613>

Resumen

Con base en la observación de los comentarios hechos a las cuentas oficiales y personales en Facebook y Twitter del alcalde de Saltillo, en Coahuila, México, se hace una identificación de la manera en que tiene lugar la expresión de la identidad ciudadana digital desde cuatro variables: el apoyo, la oposición, las demandas y las propuestas. Los resultados más destacados, obtenidos desde una perspectiva cuantitativa-descriptiva, sugieren que esta cualidad se manifiesta principalmente a partir de expresiones de demanda hacia la solución de asuntos relacionados con los servicios que brinda el ayuntamiento (seguridad, alumbrado público, etcétera), como señal de la identidad ciudadana. En contraste, las participaciones relacionadas con propuestas son menos frecuentes. Se concluye que la participación manifestada en las plataformas observadas refleja un sentido identitario colectivo relevante, y es más evidente en términos de los contextos espaciales inmediatos (como el barrio o la colonia), que en relación con ámbitos más amplios (como la región o la entidad federativa), según las plataformas observadas.

Palabras clave

Identidad cultural; espacio urbano; medios sociales; Facebook; Twitter.

Abstract

Based on the observation of the comments made to the official and personal accounts on Facebook and Twitter of the mayor of Saltillo, Coahuila, Mexico; an identification is made of the way in which the expression of the digital citizen identity takes place from four variables: support, opposition, demands and proposals. The most outstanding results obtained from a quantitative-descriptive perspective suggest that this identity manifests itself mainly from expressions of demand towards the solution of issues related to the services provided by the city council (security, public lighting, etc.), as a sign of citizen identity. In contrast, proposal-related entries are much less frequent. It is concluded that the participation manifested in the observed platforms reflects a relevant collective sense of identity that its more evident in terms of the immediate spatial contexts (such as the neighborhood or the neighborhood), than in relation to broader areas (such as the region), depending on the platforms observed.

Keywords

Cultural identity; urban space; social media; Facebook; Twitter.

Introducción

Las plataformas sociodigitales (PSD) como Facebook y Twitter, a pesar de la persistencia de la brecha digital en México,¹ tienen una presencia cada vez mayor en la población mexicana, y sus usos frecuentemente trascienden el entretenimiento y la socialización. A través de ellas ocurren relaciones comunicativas entre los ciudadanos y los gobernantes, que tienen como materia central los asuntos públicos. Este es el objeto de estudio del presente trabajo.

La identidad ciudadana digital se relaciona con la participación en asuntos que son de interés común, a través de diversas PSD, con base en la significación que tiene para el sujeto el entorno cercano y su pertenencia a diversos colectivos. Desde una mirada hecha a partir del campo académico de la comunicación, el objetivo de este trabajo es identificar la manera en que esta categoría se expresa desde los comentarios que los usuarios de estos medios sociodigitales dirigen al alcalde² del municipio de Saltillo, capital del estado de Coahuila, México.

El planteamiento se sustenta en tres conceptos: la ciudadanía, la participación y la identidad. Su síntesis permite proponer la noción de la *identidad ciudadana digital*. Se trata de un término que, hasta donde fue posible encontrar en los antecedentes, y aunque ya había sido utilizado por autores

¹ Según la Asociación de Internet (2019), en México se tiene una tasa de penetración de Internet de 71% en personas mayores de seis años, es decir, cerca de tres de cada diez mexicanos carece de este servicio.

² Cargo ejercido por Manolo Jiménez Salinas en el plazo de 2019 a 2021 (luego de su reelección en 2018).

como Hamutoğlu y Ünal (2015) y Hassan, Maon, Kassim, Yunus y Jailani (2019), no había sido definido de manera formal y tampoco aplicado a la observación de sus manifestaciones en las PSD. Así, el aporte principal de esta investigación se relaciona tanto con una propuesta conceptual en este sentido, como con el estudio de la forma en que la expresión identitaria ciudadana se manifiesta en un entorno urbano específico, en su dimensión virtual.³ Además, se trata de una aproximación que, a diferencia de lo encontrado con mayor frecuencia en los antecedentes, en lugar de centrar la mirada en las autoridades y su uso de la tecnología, se enfoca en los ciudadanos y sus expresiones.

Marco conceptual y antecedentes

Ciudadanía y espacio

La ciudadanía es una categoría que ha sido estudiada de forma reiterada en las ciencias sociales desde finales del siglo XIX (Marshall, 1950). En términos generales, se refiere a una forma de pertenencia a una entidad política y legal,⁴ de la cual se derivan un conjunto de derechos y obligaciones (Bellamy y Kennedy-Macfoy, 2014).

Su estudio ha dado lugar a dos líneas generales: la liberal y la republicana (Leydet 2017). La primera enfatiza aspectos de naturaleza estructural-normativa, entre los que resaltan las condiciones a través de las cuales se adquiere y se ejerce la ciudadanía. Desde la perspectiva republicana, se hace énfasis en la consideración de esta condición como un acto que implica el involucramiento y la participación en asuntos de interés público. Este trabajo se ubica en torno a esta segunda acepción, lo cual plantea que el centro de este estudio son las acciones que, en el ámbito de lo comunicativo, los ciudadanos llevan a cabo sobre los asuntos públicos, y que pertenecen a lo que Dominelli y Moosa-Mitha (2014) identifican como *prácticas ciudadanas*.

Algunas prácticas ciudadanas han sido cada vez más mediadas por las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). En este sentido, Neuman, Bimber y Hindman (2011) reconocen un conjunto de acciones que son realizadas en los entornos virtuales, que se relacionan con el ejercicio de los derechos y

³ La noción de *interacciones virtuales* se apoya en los planteamientos de Lévy (1999), quien define esta condición a partir de un estado problemático en el que hay diversas dimensiones que son actualizadas en función de los participantes en los procesos de intercambio simbólico en el ciberespacio. Algunas de estas dimensiones se determinan por el tiempo y el espacio, que corresponden a coordenadas subjetivas, así como a tensiones que ocurren entre lo público y lo privado, lo colectivo y lo individual, etcétera.

⁴ En el marco normativo mexicano, esto puede ocurrir a partir de tres niveles: país (federal), estado (o entidad federativa) y municipal (ayuntamiento).

obligaciones ciudadanas y que se derivan de las posibilidades de interacción que se presentan con los funcionarios públicos.

Otra vertiente del estado de la cuestión se determina por la noción de ciudadanía en lo digital, que corresponde al conjunto de prácticas que pretenden ampliar la democracia a través del uso de las TIC (Jenkins, 2011). Algunas de las conclusiones señalan que, aunque estas posibilidades de participación existen, ocurren alrededor de una serie de limitaciones derivadas de la brecha digital (Kenner y Lange, 2019; Oyedemi, 2020).

El estudio de la ciudadanía en PSD ha sido objeto de una notable atención académica. En torno a Twitter, destacan los trabajos de autores como Grant, Moon y Busby (2010), y Bonsón, Perea y Bednárová (2019), quienes señalan que esta plataforma suele ser empleada por los funcionarios públicos para obtener una participación de los ciudadanos, en forma de apoyo y sugerencias. Aunque en los primeros estudios destaca que algunas estrategias orientadas a esta plataforma con frecuencia eran ejecutadas desde lógicas centralizadas (Graham, Broersma, Hazelhoff y Van'T Haar, 2013), en otros se reconoce la manifestación de modelos comunicativos más participativos entre sus usuarios (Bekafigo y McBride, 2013).

En relación con Facebook, su estudio en materia de ciudadanía ha dado lugar a análisis que inicialmente solían enfocarse en los grupos de usuarios más jóvenes (Theocharis y Lowe, 2016), así como en la forma en que sus identidades eran expresadas a través de su participación discursiva en torno a los temas políticos (Marichal, 2013). Debido a los cambios demográficos recientes en esta plataforma, los trabajos actuales suelen centrarse en fenómenos como las *cámaras de eco* o *burbujas informacionales* (Cargnino y Neubaum, 2020), así como en el efecto de las estructuras algorítmicas en la discusión sobre asuntos públicos (Ohme, 2021).

Participación ciudadana

Otro de los antecedentes del planteamiento es la noción de *participación ciudadana*, que está estrechamente relacionada con el concepto de ciudadanía. Como Cornwall (2002) sugiere, su definición tradicional solía limitarse al involucramiento de los ciudadanos a través de mecanismos relativamente esporádicos y con bajos niveles de colaboración, como las votaciones y los partidos políticos; sin embargo, en la actualidad esta participación se concibe a partir del establecimiento de acciones que faciliten y promuevan formas de acercamiento más abiertas entre los distintos niveles de gobierno y la ciudadanía.

Con base en Nabatchi y Leighninger (2015), la participación ciudadana puede entenderse como un proceso en el que los intereses, las necesidades y

los valores de los ciudadanos son incorporados en la toma de decisiones gubernamentales, a través del establecimiento de interacciones organizadas e intencionales, basadas en la comunicación recíproca. Como Vromen (2017) sugiere, en ocasiones se considera que la participación no necesariamente implica compromisos ideológicos de largo plazo, sino que también puede incluir acciones más pragmáticas, relacionadas con asuntos de la vida cotidiana.

Como Nabatchi y Leighninger (2015) plantean, hay dos tipos de participación ciudadana: la *gruesa*, en la que, a partir de la deliberación, grandes cantidades de personas organizadas toman decisiones y actúan en consecuencia, y la *ligera*, en la que el involucramiento ocurre de forma individual a partir de un sentido de pertenencia con una causa mayor. En esta segunda, en la medida en que una cantidad suficiente de personas logre dar visibilidad a sus planteamientos, estos pueden tener un mayor impacto, como ocurre en las demandas que se vuelven virales en internet. Una de las principales diferencias entre estas dos formas de participación radica en que el primer escenario suele implicar una mayor inversión de tiempo, esfuerzo y recursos (tanto intelectuales como emocionales) que la segunda (Nabatchi y Leighninger, 2015).

En relación con la participación ciudadana y el internet, es posible encontrar diversas reflexiones sobre las posibilidades para establecer el involucramiento ciudadano a través de la mediación de las TIC. Mientras que para Nabatchi y Leighninger (2015) se trata de escenarios factibles desde los cuales sugieren estrategias concretas, Fuchs (2006), ubicado en una línea más crítica, cuestiona que sea posible alcanzar acuerdos representativos, a partir de la fragmentación y el anonimato que tienen lugar en la virtualidad. Para este autor, se trata de formas de colaboración en las que difícilmente es posible generar una voluntad colectiva.

Otros planteamientos sugieren el comienzo de formas híbridas de involucramiento con correspondencias entre lo físico y lo virtual (Treré, 2020), mientras que para Theocharis y Van Deth (2018), en lo digital es posible observar una ampliación en los repertorios de acción, donde no necesariamente hay una extensión de modos previamente disponibles. Como es posible observar, se trata de un asunto en torno al cual continúa un intenso debate sobre sus limitaciones y posibilidades.

En todo caso, se trata de un objeto que ha sido extensamente trabajado desde una perspectiva empírica. Debido a la numerosa cantidad de referencias disponibles, se limitó la búsqueda de antecedentes al último lustro, y únicamente a la participación ciudadana a través de PSD en Iberoamérica. Con base en Cornwall (2002) se puede decir que la mayor parte de los trabajos realizados en esta región concuerdan con la noción tradicional de participación, es decir, la que se asocia a los procesos electorales.

En estos trabajos destaca el uso de este tipo de plataformas para el establecimiento de interacciones entre los partidos y los candidatos con los electores, con relativamente bajos niveles de participación (Gamir, 2016), sobre todo cuando son empleadas como medios de difusión en lugar de como auténticos canales de participación (Muñiz, Dader, Téllez y Salazar, 2016; Moreno, 2017). En otros estudios, Facebook y Twitter son reconocidos como espacios virtuales de interacción con importantes niveles de involucramiento (López, Hernández, Santillán y Ortiz, 2018).

En lo relativo a los estudios actuales de la participación ciudadana en PSD, es posible identificar trabajos en los que se analizan procesos de deliberación e interacción con diversas entidades gubernamentales, como los parlamentos y ministerios de Estado. En este grupo destaca el esfuerzo para el empleo de estas tecnologías en el involucramiento de los ciudadanos en la transparencia gubernamental, aunque con resultados relativamente limitados (Rodríguez-Andrés, 2017), en particular en contextos en los que las estructuras gubernamentales tradicionalmente aplicadas a los ciudadanos tienden a ser trasladadas al ciberespacio (Téllez y Ramírez, 2021) y su uso es más informativo que deliberativo (Giraldo-Luque y Villegas-Simón, 2017).

Por lo anterior, se plantea que en la región aún hace falta mucho trabajo para el logro de esquemas virtuales de colaboración realmente efectivos (Callejo-Gallego y Agudo-Arroyo, 2019). En todo caso, algunas de estas tendencias coinciden con lo reportado sobre la ciudadanía en los espacios virtuales a nivel internacional.

En esta búsqueda se consideró oportuno destacar con mayor detalle aquellos trabajos centrados en el estudio de la participación ciudadana a través del empleo de PSD a nivel municipal. A partir de un estudio en los ayuntamientos de España y Brasil, Schimidt (2016) reporta que el uso de PSD permite a los usuarios un acercamiento eficaz con las autoridades sobre problemáticas cotidianas, como las vialidades y los espacios públicos. Estos resultados contrastan con lo encontrado por Astudillo (2016), en relación con el Municipio de Quito, Ecuador. Según esta autora, hasta el momento en que se hizo el estudio, las autoridades locales solo empleaban estrategias tradicionales con bajos niveles de interacción en estos medios.

A partir de un estudio en ediles de Bucaramanga, Colombia, (Bohórquez-Pereira, Flórez-Quintero y Alguero-Montaña, 2021), se sugiere que, a pesar de un notable incremento en el uso de las PSD, en la mayor parte de los casos observados prevalecen modos de comunicación que atienden más a una lógica de difusión que de interacción e involucramiento con los usuarios; como había sido observado en el trabajo de Téllez y Ramírez (2021). Como es posible sugerir a partir de estos trabajos, en algunas regiones de Iberoamérica tiende a prevalecer un uso dispar de las PSD en términos de la participación ciudadana,

debido a la prevalencia de formas unidireccionales en la relación entre las autoridades y los gobernados.

Identidad y ciudadanía

En general, la identidad ha sido descrita como aquello que se es, lo que hace a una persona distinguible. Desde Mead (2009), esto permite entender la manera en que tienen lugar las interacciones en el plano social, a través de un conjunto de estructuras que parten de la experiencia con los demás, y que median en toda relación que se establece. Se es, plantea este autor, a partir de tales interacciones, en las que los procesos de comunicación contribuyen a establecer una distinción entre sí mismo y los otros.

La idea de esta estructura es retomada desde una dimensión socio-cognitiva por autores como Castells (1999) y Giménez (2000). Para ellos, la identidad se erige como una categoría que hace referencia no solo a la distinción con los demás, sino también como una matriz interpretativa a través de la cual el sujeto se ubica en relación con su realidad social.

Para Giménez (2000), la inclusión en los colectivos es un constituyente identitario en el que se ubica la familia como un punto de génesis, y que se amplía en función de su incorporación en diversos ámbitos del entorno social, entre los que se incluye el espacio inmediato. Para este autor, esta pertenencia es definida como la inserción de una personalidad individual en una colectiva hacia la que se experimenta una relación significativa, y que contribuye de manera relevante a la interiorización de un complejo simbólico que opera como un emblema de este grupo.

En este sentido, existen trabajos en los que se sugiere que la participación depende de las relaciones de pertenencia que existan sobre los entornos de interacción, que puede ir desde el barrio, hasta contextos más amplios, como la ciudad y el país (Tiramonti, Cullen y Fanfani, 2003), donde se comparten asuntos de interés común (Hafer y Ran, 2016). El espacio, como referente, contribuye a la distinción de qué se es, tanto en lo individual como en lo colectivo (Lefebvre, 1991). Cuando a un espacio delimitado y organizado a través de distintos acuerdos sociales se le asigna un significado específico, es posible hablar de un *lugar* (Aarseth, 2001).

Para efectos de este estudio, se emplearán tres variables específicas de lugar: el barrio (o vecindario), la ciudad y el estado. La definición específica de cada uno en la mente de sus habitantes es una construcción social y varía de acuerdo a las comunidades y los individuos, lo que guarda una estrecha relación con la participación y la identidad ciudadana (Haeberle, 1987).

A partir de lo anterior, se entenderá como *identidad colectiva por espacio* a las relaciones de sentido que inciden tanto en la autopercepción como en la

proyección social del *ser*, que son elaboradas y expresadas en función de distintas dimensiones físicas que, por su alcance, pueden estar determinadas por el barrio, que es la unidad experiencial de sentido colectivo más cercana en el espacio público; la ciudad, que está compuesta por distintos barrios; y el estado, que depende de la agrupación geopolítica de distintas localidades y que, al rebasar la experiencia cotidiana, lleva al desarrollo de sentidos identitarios más abstractos que los dos primeros (Jones, Jones y Woods, 2004).

Además de lo espacial, la pertenencia a otras identidades colectivas por grupo puede estar determinada por el lugar de trabajo (Angouri y Marra, 2012), las filiaciones partidistas (Green, Palmquist y Schickler, 2002), las simpatías deportivas (Jackson, 2005) y la identidad regional (Barberich, Campbell y Hudson, 2012); entre otras posibilidades.

La identidad es un concepto de suma importancia relacionado con la ciudadanía ya que, según Harju (2007) y Hafer y Ran (2016), construye una relación entre la vida diaria de las personas y su actividad pública. La base conceptual que estos autores proponen corresponde a la manera en que los ciudadanos se definen a sí mismos como parte de una identidad cívica en un entorno determinado y las acciones que toman en consecuencia (Lowndes, Pratchett y Stoker, 2006). Para Harju (2007) la identidad puede ser vista como un recurso para la acción civil y un constituyente importante para la agencia, e integra todo un sistema de referencias y representaciones derivado de la pertenencia a una comunidad de intereses (Mayo, 2000).

Aunque las motivaciones para la participación pública rebasan el alcance de esta investigación, se puede decir que, con base en Gustafson y Hertting (2017), se trata de incentivos muy complejos, entre los que se encuentra el interés propio, ya sea tanto individual como del colectivo al que se pertenezca (familia, grupo, etcétera), así como el mejoramiento de las condiciones en su entorno próximo.

Identidad ciudadana digital

Para Hafer y Ran (2016), la identidad ciudadana se asocia a la participación en asuntos públicos, como un proceso de intercambio social en el que los ciudadanos se definen a sí mismos a partir de la conceptualización subjetiva de sus acciones, como parte de un colectivo. Estas prácticas son procesos en los que la identidad es construida de manera constante y en ocasiones conducen a autocategorizaciones que varían desde grupos amplios de participación, hasta colectivos involucrados en asuntos mucho más específicos (como ciudadanos que reportan fallas en la pavimentación a la autoridad correspondiente). Desde Huddy (2001), las acciones de los sujetos tienen una estrecha relación con el grupo significativo con el que tengan algún sentido de pertenencia, lo que

conduce a la interiorización de una identidad social dinámica y dependiente del contexto en que se ubique.

Con base en las nociones de Giménez (2000), Mead (2009), Lowndes, Pratchett y Stoker (2006) y Hafer y Ran (2016) que se han revisado, la identidad ciudadana puede ser definida como el proceso de interiorización significativa de elementos de un contexto compartido, que da sentido al yo en relación con un colectivo basado en la *polis* y que, desde la concepción republicana de ciudadanía, lleva a la realización de acciones que tienen que ver con asuntos de interés común, a través de las cuales el ser es continuamente redefinido.

Cuando estas acciones tienen lugar en actos comunicativos virtuales, es posible hablar de la expresión de la identidad ciudadana digital, que se entenderá como un proceso de significación y de definición del yo, tanto de manera pública como al interior de cada sujeto, que puede originar diversas prácticas sociales en los espacios de interacción en línea relacionados con asuntos de interés público, derivados de las condiciones del espacio físico en todas sus dimensiones (barrio, ciudad, región o país).

En cuanto a la observación de esta categoría desde el modelo republicano, se encontraron propuestas desarrolladas a partir de conceptos sumamente cercanos, como la *ciudadanía activa* (de Weerd, Gemmeke, Rigter y van Rij, 2005; Abs y Veldhuis, 2006), y la *ciudadanía social* (Quiroga, 2005). Estos autores han planteado un conjunto de indicadores a partir de los cuales se identifican cuatro variables para el registro de las prácticas ciudadanas digitales: el apoyo (expresiones de aprobación o simpatía con un sentido positivo), la oposición (enunciaciones de reprobación o antipatía, con un sentido mayormente negativo), la demanda (solicitudes o peticiones ante necesidades percibidas) y propuestas (sugerencias o planteamientos con un sentido propositivo).

Se propone que el posicionamiento discursivo-identitario de los ciudadanos puede ser categorizado a partir de esta matriz y, en virtud de lo que ha sido discutido sobre la identidad ciudadana, puede operar como una aproximación a esta categoría, por lo que será la base para el análisis del corpus de esta investigación. En este sentido, es importante destacar que no se ha encontrado ningún otro trabajo previo que haga un estudio específico de la manera en que se expresa la identidad ciudadana digital, por lo que se trata de un planteamiento exploratorio que deberá ser contrastado en futuras investigaciones.

Método

Con base en la actividad registrada en una observación preliminar, se tomó la decisión de realizar el trabajo de campo a partir de la observación de las cuentas oficiales del ayuntamiento de Saltillo, Coahuila, en Facebook y

Twitter, así como de las cuentas personales del alcalde en estas plataformas.⁵ El período de observación fue del 1 al 31 de enero de 2020, donde se registraron los actos expresivo-identitarios hechos por quienes interactuaban con estas cuentas.

La integración del corpus de análisis en Facebook fue hecha de manera manual, y fueron recolectadas todas las respuestas a las publicaciones realizadas en ambas cuentas, en un plazo que fue desde la fecha de la publicación hasta cinco días después. En Twitter, se programó un módulo en *Python* que, a través de la Interfase de Programación de la Aplicación (API) de esta plataforma, registró todas las publicaciones en las que fueran mencionadas las dos cuentas señaladas.

Posteriormente, este corpus fue procesado a través de un análisis de contenido basado en el modelo de Krippendorff (1990). La unidad de observación se determinó por el contexto completo de cada una de las publicaciones registradas. En el caso de Facebook, esto incluyó la publicación original a la que los usuarios hacían comentarios, y en Twitter, el hilo de la conversación a que correspondiera, en caso de tratarse de una respuesta o un *retweet*.

La unidad de registro se definió como el sentido principal que tuviera la publicación en cuestión, a partir de su multimodalidad eventual (Kress y Van Leeuwen, 2001) y contexto, con base en las cuatro categorías definidas en el apartado teórico: el apoyo, la oposición, la demanda y la propuesta. Esta multimodalidad contempló el texto escrito (compuesto por frases, *hashtags* e hipervínculos, sobre todo bajo la modalidad de etiquetas a otros usuarios), imágenes (estáticas y GIF animados) y videos.

En el caso de Facebook, el análisis se hizo sobre el total de los 764 registros realizados (273 para la cuenta *saltilogob* y 491 para *Manolo.Jimenez.Salinas*). En Twitter, al final de la recolección automatizada se tuvo un total de 12,081 publicaciones para la cuenta *manolojim* (MJ), de las cuales fueron retiradas las publicaciones hechas por veinte cuentas relacionadas con el ayuntamiento de Saltillo, lo que resultó en una $N_{MJ} = 10,977$ (90.9% del original) y un tamaño de muestra $n_{MJ} = 373$, con una selección probabilística.

En la cuenta *saltilogob* (SG), de las 6,038 publicaciones registradas por el módulo de Python, luego de realizar el mismo proceso de filtrado, el universo de análisis tuvo un tamaño de $N_{SG} = 3,352$ (55.5% del original), lo que llevó a una muestra seleccionada de forma probabilística de $n_{SG} = 325$.⁶ Debido a que

⁵ Las cuentas del ayuntamiento fueron: <https://www.facebook.com/saltilogob> y <https://twitter.com/SaltilloGov>. Para el caso del alcalde, fueron: <https://www.facebook.com/Manolo.Jimenez.Salinas> y <https://twitter.com/manolojim>.

⁶ En el cálculo de ambas muestras en Twitter, se consideró un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5%. El cálculo fue hecho a través del servicio en línea <http://www.raosoft.com/samplesize.html>

el objetivo era identificar la forma en la que se manifiesta la identidad digital ciudadana, este filtrado⁷ obedeció a la intención de reducir los sesgos derivados de las publicaciones hechas por cuentas administradas por el personal del ayuntamiento que hubiera etiquetado al alcalde o a la cuenta oficial de esta entidad gubernamental.

Resultados

Después de seguir el procedimiento descrito en el apartado anterior, en la tabla 1 se muestran las frecuencias correspondientes a las cuatro variables señaladas en el marco teórico.

Tabla 1. Variables de identidad ciudadana digital

Cuentas observadas	PO*	Apoyo		Oposición		Demanda		Propuesta		
		f	%	f	%	f	%	f	%	
Facebook										
	Saltillogob	273	22	8.1	76	27.8	154	56.4	10	3.7
	Manolo.Jimenez .Salinas	491	44	9.0	27	5.5	380	77.4	40	8.1
	Total Facebook	764	66	8.6	103	13.5	534	69.9	50	6.5
Twitter										
	SaltilloGob	325	147	45.2	19	5.8	122	37.5	7	2.2
	Manolojim	373	243	65.1	20	5.4	33	8.8	2	0.5
	Total Twitter	698	390	55.9	39	5.6	155	22.2	9	1.3
	Total	1 462	456	31.2	142	9.7	689	47.1	59	4.0

* PO = Publicaciones observadas.

Fuente: elaboración propia.

El análisis realizado permitió identificar los asuntos específicos en torno a los que ocurrían las expresiones ciudadanas, en cada una de estas variables: el apoyo (tabla 2), la oposición (tabla 3), la demanda (tabla 4) y la propuesta (tabla 5).

⁷ Los datos filtrados serán llamados *válidos* en los apartados finales.

Tabla 2. Apoyo

Apoyo	Facebook				Twitter			
	saltillogob		Manolo.Jimenez. Salinas		SaltilloGob		manolojim	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Gestión eficiente	8	36.4	18	40.9	15	10.2	61	25.1
Alumbrado público	5	22.7	3	6.8	2	1.4	10	4.1
Buen manejo de los recursos públicos	4	18.2	0	0.0	1	0.7	2	0.8
Felicitación al personal	3	13.6	2	4.5	3	2.0	2	0.8
Atención a los ciudadanos	1	4.5	6	13.6	0	0.0	12	4.9
Apoyo a las colonias	1	4.5	7	15.9	0	0.0	2	0.8
Apoyo al alcalde como candidato a la gubernatura	0	0.0	8	18.2	0	0.0	0	0.0
Apoyo partidista	0	0.0	0	0.0	0	0.0	36	14.8
Seguridad pública	0	0.0	0	0.0	34	23.1	21	8.6
Vialidades	0	0.0	0	0.0	34	23.1	2	0.8
Protección civil	0	0.0	0	0.0	17	11.6	1	0.4
Asistencia pública	0	0.0	0	0.0	10	6.8	0	0.0
Cultura	0	0.0	0	0.0	7	4.8	14	5.8
Áreas públicas	0	0.0	0	0.0	5	3.4	65	26.7
Salud pública	0	0.0	0	0.0	5	3.4	15	6.2
Recolección de basura	0	0.0	0	0.0	4	2.7	21	8.6
Cuidado medioambiental	0	0.0	0	0.0	0	0.0	16	6.6
Relaciones internacionales	0	0.0	0	0.0	0	0.0	6	2.5
Otros asuntos	0	0.0	0	0.0	10	6.8	15	6.2
Total	22	100.0	44	100.0	147	100.0	243	100.0

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3. Oposición

Oposición	Facebook				Twitter			
	saltillogob		Manolo.Jimenez. Salinas		SaltilloGob		manolojim	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Señalamientos partidistas (contra el PRI)	19	25.0	1	3.7	0	0.0	1	5.0
Sarcasmo por reconocimiento	11	14.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Seguridad pública	11	14.5	2	7.4	1	5.3	2	10.0
Alumbrado público	6	7.9	2	7.4	0	0.0	0	0.0
Obligación de los funcionarios públicos	5	6.6	1	3.7	0	0.0	0	0.0
Finanzas públicas	4	5.3	3	11.1	0	0.0	0	0.0
Corrupción	4	5.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Vialidades	4	5.3	2	7.4	1	5.3	0	0.0
Áreas públicas	2	2.6	1	3.7	0	0.0	2	10.0
Ataque personal al alcalde	2	2.6	1	3.7	3	15.8	4	20.0
Ataques personales a otros funcionarios	0	0.0	0	0.0	2	10.5	0	0.0
Sobre la eliminación de comentarios	2	2.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Falta de atención a los ciudadanos	0	0.0	8	29.6	0	0.0	0	0.0
Recolección de basura	0	0.0	4	14.8	0	0.0	0	0.0
Conflicto de Aguas de Saltillo con la Casa del Migrante	0	0.0	0	0.0	4	21.1	6	30.0
Transporte público	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	10.0
Otros señalamientos	6	7.9	2	7.4	8	42.1	3	15.0
Total	76	100.0	27	100.0	19	100.0	20	100.0

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4. Demanda

Demandas	Facebook				Twitter			
	saltillogob		Manolo.Jimenez. .Salinas		SaltilloGob		manolojim	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Alumbrado público	76	49.4	106	27.9	12	9.8	5	15.2
Áreas públicas	24	15.6	96	25.3	3	2.5	2	6.1
Solicitud de información sobre los trámites municipales	24	15.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Vialidades	18	11.7	58	15.3	29	23.8	5	15.2

Demandas	Facebook				Twitter			
	saltillogob		Manolo.Jimenez .Salinas		SaltilloGob		manolojim	
Transporte público	4	2.6	18	4.7	12	9.8	5	15.2
Drenaje	3	1.9	7	1.8	4	3.3	2	6.1
Solicitud personal de apoyo	0	0.0	24	6.3	0	0.0	0	0.0
Seguridad pública	0	0.0	18	4.7	35	28.7	7	21.2
Recolección de basura	0	0.0	18	4.7	0	0.0	2	6.1
Atención a las colonias	0	0.0	9	2.4	0	0.0	0	0.0
Puentes peatonales	0	0.0	7	1.8	0	0.0	0	0.0
Contaminación ambiental	0	0.0	6	1.6	4	3.3	0	0.0
Agua potable	0	0.0	4	1.1	5	4.1	3	9.1
Salud pública	0	0.0	3	0.8	0	0.0	0	0.0
Educación pública	0	0.0	3	0.8	1	0.8	0	0.0
Protección civil	0	0.0	0	0.0	8	6.6	1	3.0
Protección a los animales	0	0.0	0	0.0	3	2.5	0	0.0
Otras demandas o solicitudes	5	3.2	3	0.8	6	4.9	1	3.0
Total	154	100.0	380	100.0	122	100.0	33	100.0

Fuente: elaboración propia.

Tabla 5. Propuesta

Propuestas	Facebook				Twitter			
	saltillogob		Manolo.Jimenez .Salinas		SaltilloGob		manolojim	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Vialidades	4	40.0	1	2.5	5	71.4	0	0.0
Áreas públicas	2	20.0	7	17.5	0	0.0	0	0.0
Mayor participación ciudadana	2	20.0	9	22.5	0	0.0	0	0.0
Simplificación en trámites	1	10.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Seguridad pública	1	10.0	10	25.0	0	0.0	0	0.0
Asuntos laborales (trabajadores municipales)	0	0.0	3	7.5	1	14.3	0	0.0
Cuidado medioambiental	0	0.0	6	15.0	1	14.3	2	100.0
Cultura	0	0.0	1	2.5	0	0.0	0	0.0

Propuestas	Facebook				Twitter			
	saltillogob		Manolo.Jimenez .Salinas		SaltilloGob		manolojim	
Impulso de programas sociales	0	0.0	1	2.5	0	0.0	0	0.0
Salud pública	0	0.0	2	5.0	0	0.0	0	0.0
Total	10	100.0	40	100.0	7	100.0	2	100.0

Fuente: elaboración propia.

A partir de la importancia que el contexto tiene en el marco teórico inmediato, además de estas cuatro variables, se identificó el espacio implícito o explícito en las publicaciones integrantes de la muestra (tabla 6), con base en una recodificación determinada por el sentido de las publicaciones registradas, en tres dimensiones espaciales: el barrio, la ciudad (entorno urbano de la zona metropolitana de Saltillo) y entidad federativa (en este caso, correspondiente a Coahuila de Zaragoza). Cuando se hacía referencia a algún lugar, pero este no era identificable ni en la enunciación ni en su contexto, se etiquetó como *otro espacio*.

Tabla 6. Espacio

Identidad colectiva por espacio	Facebook				Twitter			
	saltillogob		Manolo.Jimenez.Salinas		SaltilloGob		manolojim	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Barrio	134	95.7	339	84.8	80	25.2	87	23.3
Saltillo	6	4.3	55	13.8	233	73.3	265	71.0
Coahuila	0	0.0	4	1.0	5	1.6	20	5.4
Otro espacio	0	0.0	2	0.5	0	0.0	1	0.3
Total	140	100.0	400	100.0	318	100.0	373	100.0

Fuente: elaboración propia.

Asimismo, como parte de las identidades colectivas implícitas en la identidad ciudadana, se registraron los grupos en las publicaciones observadas (tabla 7). Estos fueron identificados a partir de una recodificación de los datos, donde se marcaron colectivos que pudieran brindar sentidos identitarios que fueran explícitamente mencionados en las publicaciones hechas por los usuarios. Así, se encontraron cinco posibilidades: partido (expresiones de lealtad o adhesión al partido gobernante localmente, PRI), familia (manifestación de pertenencias a partir de relaciones de parentesco), laboral (pertenencia a colectivos por lugar de trabajo), equipo deportivo (manifestaciones de simpatía o apoyo a algún equipo deportivo local, en este caso, Los Saraperos de la Liga Mexicana de Beisbol) y rivalidad con la región

Laguna (expresiones en los que se hiciera referencia a condiciones o tratos desiguales entre los habitantes de Saltillo y Torreón).⁸

Tabla 7. Grupos

Identidad colectiva por grupo	Facebook				Twitter			
	saltillogob		Manolo.Jimenez .Salinas		SaltilloGob		manolojim	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Partido (PRI)	21	91.3	6	15.0	0	0.0	54	87.1
Familia	1	4.3	28	70.0	1	100.0	0	0.0
Laboral	1	4.3	6	15.0	0	0.0	0	0.0
Equipo deportivo	0	0.0	0	0.0	0	0.0	6	9.7
Rivalidad con región Laguna	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	3.2
Total	23	100.0	40	100.0	1	100.0	62	100.0

Fuente: elaboración propia.

Discusión y conclusiones

Como se planteó en el apartado conceptual, la identidad ciudadana digital puede ser entendida como el proceso de significación y de definición del *yo*, que da lugar a diversas prácticas sociales en los espacios de interacción en línea relacionados con asuntos de interés público. Los resultados mostrados en el apartado anterior permiten destacar algunos elementos vinculados con esta categoría en las PSD observadas, a partir de expresiones de apoyo, oposición, demanda y propuestas que, desde Nabatchi y Leighninger (2015), corresponden a participaciones *ligeras*; es decir, generadas de manera individual y con una inversión de recursos relativamente baja.

Tal como había sido encontrado en los estudios de Schimidt (2016) y Vromen (2017), se trató de planteamientos sobre problemáticas cotidianas en las que, en ambas plataformas, la mayor frecuencia correspondió a solicitudes y peticiones (69.9% en Facebook y 47.1% en Twitter) mientras que la menor frecuencia estuvo dada por propuestas (6.5% en Facebook y 4% en Twitter). De acuerdo con Bonsón, Perea y Bednárová (2019), estas plataformas son

⁸ El Dr. Sergio Antonio Corona Páez, quien fue director del Centro de Investigaciones Históricas de la Universidad Iberoamericana Torreón, refiere en un documento periodístico la existencia de un mutuo sentimiento de rivalidad histórico entre los habitantes de Saltillo y Torreón, derivado de la percepción de tratos desiguales en materia impositiva y de fomento económico, al menos desde finales del siglo XIX (Corona-Páez, 2013). Otra referencia editorial a esta rivalidad puede ser encontrada en Velázquez (2018).

usadas para establecer interacciones entre las autoridades y los ciudadanos sobre asuntos de interés público.

A pesar de su amplia variedad, en general, las expresiones giraron en torno a las demandas sobre los servicios que presta la autoridad municipal, como la seguridad pública, el alumbrado, las vialidades, el mantenimiento de los espacios públicos, el agua potable, el drenaje y la recolección de basura. Hubo una diferencia importante entre ambas plataformas observadas: mientras que en Facebook las expresiones tendían a ser más frecuentes en relación con el barrio (90.2% en promedio), en Twitter era en función de la ciudad (72.2% en promedio).

Con base en la relación que existe entre la identidad ciudadana y los colectivos significantes expresados, a pesar de haberse presentado en una proporción relativamente reducida (8.2% del total en Facebook y 9.0% de la muestra de Twitter), en las expresiones identitarias observadas resalta la importancia que tiene el partido político al que pertenece el alcalde,⁹ tanto a partir de su cuenta personal como de la cuenta oficial del ayuntamiento de Saltillo.

Es importante reiterar que el objetivo este trabajo ha dado lugar a un estudio centrado en los ciudadanos y no en la administración pública, (enfoque que no es el más frecuente, según los antecedentes revisados). Ya sea que esta participación sea el resultado de la identidad ciudadana (Tiramonti, Cullen y Fanfani, 2003), o que esta identidad se construya a partir de la participación (Hafer y Ran, 2016), se sugiere que las expresiones que se hacen en las PSD observadas pueden ser entendidas como acciones expresivas que permiten un acercamiento a la manifestación de los sentidos cívicos y comunitarios que se gestan en las diversas dimensiones de la identidad ciudadana.

Como ha sido discutido, el sentido más frecuente en la muestra observada se relaciona con la expresión de solicitudes dirigidas a la autoridad municipal. Esto puede tener una relación directa con los derechos asumidos por los ciudadanos; es decir, es razonable inferir una interiorización de esta condición en quienes hicieron llegar sus demandas a través de las plataformas observadas, en términos de lo planteado por Harju (2007) y Mayo (2000); sin embargo, es una hipótesis que tendría que verificarse en futuras aproximaciones.

En este sentido, los registros permiten suponer la conciencia de saberse sujeto a una serie de derechos como contribuyentes, derivados de la relación con una entidad legalmente establecida. Aunque las expresiones de apoyo fueron menos frecuentes (8.6% en Facebook y 31.2% en Twitter), en ocasiones

⁹ El Partido Revolucionario Institucional (PRI) gobernó México desde su fundación en 1930 y hasta 2000. En Coahuila ha sido el único partido que ha gobernado la entidad desde 1930 hasta el momento en que este artículo fue escrito.

partían de agradecimientos a la autoridad por la solución a problemas muy similares a los encontrados en las solicitudes.

En relación con otras variables que se registraron (espacio y grupos), se identificó que se trata de prácticas que frecuentemente están asociadas a los entornos próximos sugeridos en los antecedentes: el barrio y la ciudad (Tiramonti, Cullen y Fanfani, 2003) que, como Cooper, Bryer y Meek (2006) habían sugerido, se construyen a partir de una relación comunicativa entre las autoridades y los ciudadanos, en las que se busca el mejoramiento de las condiciones de vida (Gustafson y Hertting, 2017).

Debido a que la manifestación de propuestas ocurrió de forma marginal, en contraste con lo reportado por Grant, Moon y Busby (2010), se propone que la expresión de ciudadanía presente en la muestra aún tiene amplias posibilidades de evolucionar a formas de participación más propositivas, en la medida en que las estructuras políticas construyan mecanismos de comunicación recíproca más abiertos, claros e incluyentes (como había sido sugerido por Nabatchi y Leighninger, 2015), y que, además, esta consulta se vea reflejada en la definición de las políticas públicas, más allá de lo meramente discursivo o de la solución de problemáticas inmediatas y altamente delimitadas, como reparar una luminaria o limpiar una plaza. Esto permitiría transitar hacia prácticas de gobernanza más claras y eficaces de lo que es posible observar en la actualidad en todos los niveles de gobierno en México.

Referencias

- Aarseth, E. (2001). *Allegories of Space: The Question of Spatiality*. En M. Eskelinen, y R. Koskimaa (eds.), *Cybertext Yearbook 2000*. Jyväskylä, Finlandia: University of Jyväskylä.
- Angouri, J. y Marra, M. (2012). *Constructing Identities at Work*. Londres: Palgrave Macmillan.
- Asociación de Internet. (2019). 15 estudios sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2019. <https://www.asociaciondeinternet.mx/estudios/habitos-de-internet>
- Astudillo, D. Y. (2016). *Las TIC como herramientas de comunicación organizacional para potenciar la participación ciudadana de los jóvenes del DMQ* (tesis de maestría). Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Barberich, C.; Campbell, N. y Hudson, R. (2012). *Land & Identity. Theory, Memory and Practice*. Amsterdam: Editions Rodopi.
- Bekafigo, M. A. y McBride, A. (2013). Who tweets about politics? Political participation of Twitter users during the 2011 gubernatorial elections. *Social Science Computer Review*, 31(5), 625-643.
- Bellamy, R. y Kennedy-Macfoy, M. (2014). *Citizenship. Critical Concepts in Political Science*. Nueva York: Routledge.
- Bohórquez-Pereira, G.; Flórez-Quintero, J. D. y Alguero-Montaño, M. O. (2021). Comunicación digital entre ediles y usuarios en Twitter. *Ánfora*, 28(50), 183-214.

- Bonsón, E.; Perea, D. y Bednárová, M. (2019). Twitter as a tool for citizen engagement: An empirical study of the Andalusian municipalities. *Government Information Quarterly*, 36(3), 480-489.
- Callejo-Gallego, J. y Agudo-Arroyo, Y. (2019). Análisis cuantitativo y cualitativo de la audiencia de las cuentas del Estado español en Facebook y Twitter. *El Profesional de la Información*, 28(5), 430-437.
- Cargnino, M. y Neubaum, G. (2020). Are we deliberately captivated in homogeneous cocoons? An Investigation on Political Tie Building on Facebook. *Mass Communication and Society*, 1-23.
- Castells, M. (1999). *La sociedad red. El poder de la identidad*. México: Siglo XXI.
- Cooper, T. L.; Bryer, T. A. y Meek, J. W. (2006). Citizen-centered collaborative public management. *Public Administration Review*, 66, 76-88. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2006.00668.x>
- Cornwall, A. (2002). Locating Citizen Participation. *IDS Bulletin*, 33(2). <https://doi.org/10.1111/j.1759-5436.2002.tb00016.x>
- Corona-Páez, S. A. (2013). Saltillo y Torreón: viejas rivalidades. *El Siglo de Torreón*. <https://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/925164.saltillo-y-torreon-viejas-rivalidades.html>
- De Weerd, M.; Gemmeke, M.; Rigter, J. y van Rij, C. (2005). *Indicators for monitoring active citizenship and citizenship education*. Amsterdam: Regioplan.
- Dominelli, L. y Moosa-Mitha, M. (2014). *Reconfiguring citizenship*. Surrey, Reino Unido: Ashgate.
- Fuchs, D. (2006). Participatory, liberal and electronic democracy. En T. Zittel & D. Fuchs (eds.), *Participatory democracy and political participation: can participatory engineering bring citizens back in?* (pp. 29-54). Londres: Routledge.
- Giménez, G. (2000). Materiales para una teoría de las identidades sociales. En J. M. Valenzuela Arce (coord.), *Decadencia y auge de las identidades* (pp. 45-78). México: El Colegio de la Frontera Norte / Plaza y Valdés.
- Gamir, J. (2016). Blogs, Facebook y Twitter en las elecciones generales de 2011. Estudio cuantitativo del uso de la web 2.0 por parte de los cabezas de lista del PP y del PSOE. *Dígitos*, 2, 101-120. <https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/53623/111615.pdf>
- Giraldo-Luque, S. y Villegas-Simón, I. (2017). Uso de redes sociales por los parlamentos como medio de participación política. Estudio de caso latinoamericano y europeo. *Profesional de la Información*, 26(3), 430-437.
- Gustafson, P. y Hertting, N. (2017). Understanding participatory governance: An analysis of participants' motives for participation. *The American Review of Public Administration*, 47(5), 538-549.
- Graham, T.; Broersma, M.; Hazelhoff, K. y Van'T Haar, G. (2013). Between broadcasting political messages and interacting with voters: The use of Twitter during the 2010 UK general election campaign. *Information, Communication & Society*, 16(5), 692-716.
- Grant, W. J.; Moon, B. y Busby, J. (2010). Digital dialogue? Australian politicians' use of the social network tool Twitter. *Australian Journal of Political Science*, 45(4), 579-604.
- Green, D.; Palmquist, B. y Schickler, E. (2002). *Partisan Hearts and Minds: Political Parties and the Social Identity of Voters*. Londres: Yale University Press.
- Haeberle, S. H. (1988). People or place: Variations in community leaders' subjective definitions of neighborhood. *Urban Affairs Quarterly*, 23(4), 616-634.

- Hafer, J. A. y Ran, B. (2016). Developing a citizen perspective of public participation: identity construction as citizen motivation to participate. *Administrative Theory & Praxis*, 38(3), 206-222.
- Hamutoğlu, N. B. y Ünal, Y. (2015). Digital citizenship in Turkey and in the world: Educational applications and technology. *The Online Journal of Quality in Higher Education*, 2(3), 39.
- Harju, A. (2007). Citizen participation and local public spheres: an agency and identity focussed approach to the Tampere postal services conflict. En B. Cammaerts, y N. Carpentier (eds.), *Reclaiming the Media: Communication Rights and Expanding Democratic Media Roles* (pp. 92-106). Bristol: Intellect Books.
- Hassan, N. M.; Maon, S. N.; Kassim, E. S.; Yunus, N. A. M. y Jailani, S. F. A. K. (2019). Digital Competencies among Adolescence. *The Proceedings of the 2nd International Conference on Business and Management*, 714-717.
- Huddy, L. (2001). From social to political identity: A critical examination of social identity theory. *Political Psychology*, 22(1), 127-156.
- Jackson, S. (2005). *Sports, Culture and Advertising: Identities, Commodities and the Politics of Representation*. Londres: Routledge.
- Jenkins, H. (2011). *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. España: Paidós Comunicación.
- Jones, M.; Jones, R. y Woods, M. (2014). *An introduction to political geography: space, place and politics*. Londres: Routledge.
- Kenner, S. y Lange, D. (2019). Digital Citizenship Education. Challenge and Opportunity. *Scuola democratica*, 10(4), 47-55.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- Kress, G. y Van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication*. Londres: Arnold / Oxford University Press.
- Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space*. Hoboken: Blackwell.
- Lévy, P. (1999). *Qué es lo virtual*. Barcelona: Paidós.
- Leydet, D. (2017). Citizenship. En E. N. Zalta (ed.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. <https://plato.stanford.edu/archives/fall2017/entries/citizenship/>
- López, J. L.; Hernández, C. C.; Santillán, B. E. y Ortiz, A. M. (2018). Emociones e interacción ciudadana: análisis de la comunicación emocional de los presidentes en Twitter y Facebook. En B. N. Gómez y J. L. López (coords.), *Agenda sociodigital de la campaña presidencial de 2018* (pp. 108-130). Torreón, Coahuila: CONEICC; UAdeC.
- Lowndes, V.; Pratchett, L. y Stoker, G. (2006). Diagnosing and remedying the failings of official participation schemes: The CLEAR framework. *Social Policy and Society*, 5(2), 281.
- Marichal, J. (2013). Political Facebook groups: Micro-activism and the digital front stage. *First Monday*, 18(12), <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/download/4653/3800>
- Marshall, T. H. (1950). *Citizenship and Social Class*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mayo, M. (2000). *Cultures, communities, identities. Cultural strategies for participation and empowerment*. Basingstoke: Palgrave MacMillan.
- Mead, G. H. (2009). *Mind, self, and society: From the standpoint of a social behaviorist*. Chicago: University of Chicago Press.

- Moreno, D. X. (2017). *Análisis de las campañas políticas a través de las redes sociales: Facebook y Twitter de Lenin Moreno, Guillermo Lasso y Cynthia Viteri, candidatos a la presidencia de la República del Ecuador en los comicios del 19 febrero de 2017* (tesis de maestría). Universidad de Sevilla.
- Muñiz, C.; Dader, J. L.; Téllez, N. M. y Salazar, A. (2016). ¿Están los políticos políticamente comprometidos?: Análisis del compromiso político 2.0 desarrollado por los candidatos a través de Facebook. *Cuadernos.info*, (39), 135-150. <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.39.970>
- Nabatchi, T. y Leighninger, M. (2015). *Public participation for 21st century democracy*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Neuman, W. R.; Bimber, B. y Hindman, M. (2011). The Internet and four dimensions of citizenship. En R. Y. Shapiro y L. R. Jacobs (eds.), *The Oxford Handbook of American Public Opinion and the Media* (pp. 22-42). Oxford: Oxford University Press.
- Ohme, J. (2021). Algorithmic social media use and its relationship to attitude reinforcement and issue-specific political participation. The case of the 2015 European immigration movements. *Journal of Information Technology & Politics*, 18(1), 36-54.
- Oyedemi, T. D. (2020). The Theory of Digital Citizenship. En J. Servaes (ed.), *Handbook of Communication for Development and Social Change* (237-255). Singapore: Springer.
- Quiroga, A. M. (2005). Indicadores sociales para la ciudadanía. *Palabra*, 6(6), 54-70. <https://doi.org/10.32997/2346-2884-vol.6-num.6-2005>
- Rodríguez-Andrés, R. (2017). ¿En camino hacia el gobierno 2.0?: análisis del uso de redes sociales por los ministerios españoles para fomentar la transparencia y la participación ciudadana. *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 23(2), 937-954.
- Schimidt, K. (2016). *Participación ciudadana en redes sociales: ¿cómo es la interacción con ayuntamientos de España y Brasil en Facebook y Twitter?* (tesis de maestría). Universidad Complutense de Madrid.
- Téllez, M. F. y Ramírez, S. (2021). Prácticas de comunicación en el ecosistema digital. Análisis de seis gobernaciones colombianas sobre sus procesos de comunicación pública para promover la participación ciudadana. *Investigación & Desarrollo*, 29(1), 41-68.
- Theocharis, Y. y Lowe, W. (2016). Does Facebook increase political participation? Evidence from a field experiment. *Information, Communication & Society*, 19(10), 1465-1486.
- Theocharis, Y. y Van Deth, J. W. (2018). The continuous expansion of citizen participation: a new taxonomy. *European Political Science Review*, 10(1), 139-163.
- Tiramonti, G.; Cullen, C. y Fanfani, E. T. (2003). Educación, exclusión social e identidad ciudadana. *Diálogos Pedagógicos*, 1(1), 50-55.
- Treré, E. (2020). *Activismo mediático híbrido*. Bonn: Friedrich Ebert Stiftung.
- Velázquez, C. (2018). Carta abierta a AMLO. *La Razón*. <https://www.razon.com.mx/el-cultural/carta-abierta-a-amlo/>
- Vromen, A. (2017). *Digital Citizenship and Political Engagement*. Londres: Palgrave Macmillan.

Agradecimientos

Este trabajo forma parte del proyecto Procesos identitarios en espacios urbanos físicos y virtuales del cuerpo académico Cultura e Identidad, adscrito a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Autónoma de Coahuila, México.

Este artículo es de acceso abierto. Los usuarios pueden leer, descargar, distribuir, imprimir y enlazar al texto completo, siempre y cuando sea sin fines de lucro y se cite la fuente.

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO:

Pérez Salazar, G. y Corona Reyes, S. A. (2021). Expresiones de identidad ciudadana digital en Facebook y Twitter. El caso del gobierno municipal de Saltillo, Coahuila. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*, 11(21). <http://dx.doi.org/10.32870/Pk.a11n21.613>

* Profesor investigador de tiempo completo en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Coahuila, México. Doctor en Ciencias Políticas y Sociales por la Universidad Nacional Autónoma de México. Correo electrónico: gabriel.perez.salazar@uadec.edu.mx. ResearcherID: AAD-4797-2021.

** Profesor investigador de tiempo completo en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Coahuila, México. Doctor en Estudios Humanísticos por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Correo electrónico: antoniocorona@uadec.edu.mx