

XABIER MARTÍNEZ-ROLÁN, TERESA PIÑEIRO-OTERO & DAVID CALDEVILLA-DOMÍNGUEZ

xabier.rolan@uvigo.es; teresa.pineiro@udc.es & davidcaldevilla@imagometrica.com

UNIVERSIDADE DE VIGO | UNIVERSIDADE DA CORUÑA  
| UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

# LA PRESENCIA DE LOS AYUNTAMIENTOS DE LA EUORREGIÓN GALICIA-NORTE DE PORTUGAL EN LAS PLATAFORMAS SOCIALES

## RESUMEN

La transparencia de las instituciones públicas constituye una vieja demanda de la ciudadanía que ha sido incorporada en las últimas reformas administrativas basándose en las posibilidades que brinda la red.

Más allá de los *websites* institucionales la administración ha integrado en sus procesos diversas plataformas sociales que presentan un mayor potencial para la comunicación e interacción con la ciudadanía. La presencia de dichas entidades públicas en las redes sociales generalistas también constituye una oportunidad desde la perspectiva del acceso, cuestión que convierte el uso de estas plataformas en un indicador clave para evaluar la transparencia institucional.

En esta línea, el presente trabajo ha tenido por objeto analizar la presencia y empleo de las principales plataformas sociales y otros servicios 2.0 por los principales municipios de la Eurorregión Galicia-Norte de Portugal. Un análisis que ha permitido determinar aquellos ayuntamientos más accesibles atendiendo a los canales de contacto con sus diferentes públicos.

## PALABRAS CLAVE

*Social media; e-government; comunicación institucional; transparencia*

---

## INTRODUCCIÓN

La transparencia de las Administraciones públicas constituye una vieja demanda de la ciudadanía. Hoy, en el contexto de la Sociedad de la Información, la transparencia es un proyecto transversal fruto de la convergencia de las agendas política, mediática y ciudadana (Manfredi, 2014).

En su definición el concepto de transparencia se presenta complejo, al igual que la realidad a la que se refiere. La OCDE (2002) define transparencia como un ambiente en el que los objetivos políticos, marco jurídico,

institucional y económico, sus decisiones y fundamentos, los datos y la información sobre las políticas monetarias y financieras, o los términos de la rendición de cuentas se proporcionan al público de forma comprensible, accesible y oportuna. Esta definición de la transparencia como *accountability* constituye la concepción más habitual del término.

Sin embargo autores como Alonso y García-García (2014) consideran que, además de la rendición de cuentas, la transparencia debe entenderse como una forma de promover la participación ciudadana en el ejercicio de la función pública, revisando la relación entre Administración y Sociedad. Se trata de una perspectiva diferente, aunque interrelacionada, que ha alcanzado una importante proyección con la irrupción de internet dadas sus potencialidades para la distribución de grandes volúmenes de información de forma sencilla e instantánea, así como la interacción de las instituciones con sus diversos públicos.

En la red los usuarios también pueden desarrollar un papel activo que va a repercutir en un creciente interés por los procesos de las Administraciones públicas y en la demanda de mayor información sobre su gestión. Se trata de un nuevo escenario que exige a los poderes públicos compartir, justificar o rendir cuentas por las decisiones tomadas (Baamonde-Silva, 2011).

En este contexto cobra relevancia la idea de “gobierno abierto” como una vía de gestión orientada a la ciudadanía, más transparente, que apela a un diálogo abierto de la Administración con la sociedad para tomar decisiones basadas en sus demandas, necesidades y preferencias (Calderón & Lorenzo, 2011). Se trata de un desafío político que hace precisa una transformación de la esencia de Gobiernos y Administraciones (Hernández-Bonivento & Güemes, 2011).

La demanda de una mayor transparencia, sumada a la posibilidad de integrar a la ciudadanía en los procesos de gobierno, dota de sentido a la habilitación de diversos canales institucionales en la red así como a la producción de información específica para éstos (Meijer, Curtin & Hillebrand, 2012).

## LA ADMINISTRACIÓN LOCAL COMO BASE DE LA TRANSPARENCIA

La apertura de la información y la integración – en ésta – de la participación ciudadana constituye una tendencia imparable que afecta a todas las entidades y contextos gubernamentales (Couffigal, 2006). En una sociedad caracterizada por su creciente complejidad el ejercicio de la libertad de expresión requiere de un mayor acceso a los datos y fuentes públicas.

La distribución de un volumen abierto de información resulta esencial, siguiendo a Manfredi (2014), en el contexto de la Administración local en tanto sus decisiones afectan a la ciudadanía de forma más directa que a otras escales de gobierno. Esta proximidad y el menor de tamaño de sus estructuras, sitúa a las entidades locales en el punto de mira de los diversos *stakeholders* para el desarrollo de una administración más transparente y abierta, que redunde en un mejor gobierno (Frost, 2007).

Como señalan Martín y García Muíña (2011), los municipios suponen una oportunidad para el estudio de la transparencia dado que constituyen organizaciones que identifican claramente a sus *stakeholders* – que poseen atributos de poder, legitimidad y urgencia – y en las que los principales actores – cargos gubernamentales y votantes – son piezas de un mercado donde la confianza constituye la principal moneda de cambio.

La elevada penetración de internet y de sus canales 2.0 ha facilitado a las administraciones locales la distribución de la información – tanto en lo que respecta a su volumen como a la continuidad de su flujo – y la eliminación de las asimetrías existentes entre la población general y las élites extractivas (Acemoglu & Robinson, 2012).

Dentro de internet las plataformas sociales se presentan como una oportunidad única para la construcción de opinión en el entorno digital, debido a su esencia como formas de interacción social definidas por múltiples intercambios de carácter dinámico. Dichas plataformas permiten establecer una nueva relación entre gobernantes y gobernados, basada en un diálogo permanente en el que la ciudadanía no sólo obtiene de primera mano información sobre la gestión de su gobierno sino que puede canalizar sus propias opiniones, demandas y necesidades. Esta posibilidad de *feedback* resulta de gran valor en el contexto municipal dada la sencillez y accesibilidad de sus estructuras.

En esta línea, dentro de los trabajos en torno a la transparencia administrativa desarrollados en los últimos años resulta preciso señalar un creciente corpus de estudios que han centrado su interés en la apropiación de la *web* y, más concretamente, de las herramientas 2.0 por los gobiernos municipales. Un corpus de trabajos en el que se inserta el presente estudio.

## MATERIALES Y MÉTODOS

Para estudiar el uso y apropiación de las principales plataformas de *social media* por la Administración local, como un indicador de la transparencia municipal, se llevó a cabo un análisis de la presencia en redes

sociales de los principales ayuntamientos de la Eurorregión Galicia-Norte de Portugal.

Se parte de la concepción de la Eurorregión como una estructura de cooperación transfronteriza de dos territorios de diferentes estados aunque características comunes, que exigen la colaboración más o menos institucionalizadas de ambas regiones. En concreto la zona de cooperación Galicia-Norte de Portugal, además de la proximidad geográfica, cuenta con características históricas, culturales y económicas que pueden redundar en la similitud y gestión de sus estructuras locales.

### DEFINICIÓN DE LA MUESTRA

Ante el importante número de ayuntamientos que conforman la Eurorregión Galicia-Norte de Portugal se llevó a cabo la selección de una muestra de entidades municipales a partir de un criterio poblacional.

Dicho criterio permitió la selección de aquellos ayuntamientos con mayor volumen de población, promoviendo su comparabilidad, en la línea de trabajos como los de Navarro, Alcaraz y Ortiz (2010), Navarro, de los Ríos, Rui y Tirado (2014), García Sánchez, Frías y Rodríguez (2013), Frías Aceituno, Marques, & Rodríguez Ariza (2013), o el Índice de Transparencia de los Ayuntamientos (ITA, índice anual desde 2008) desarrollado por Transparencia Internacional España.

En el presente estudio se fijó como límite los 30.000 habitantes. Un margen que implicó la selección de una muestra de 44 ayuntamientos: 32 pertenecientes a la NUTSII Región Norte de Portugal (datos del Instituto Nacional de Estadística de Portugal, 2011) y 12 del ámbito gallego (datos del Instituto Galego de Estadística, 2014).

PORTUGAL		GALICIA			
Cámara	Población	Cámara	Población	Ayuntamiento	Población
Amarante	56.264	Paços de Ferreira	56.340	A Coruña	244.810
Barcelos	120.391	Paredes	86.854	Arteixo	30.857
Braga	181.494	Penafiel	72.265	Carballo	31.288
Bragança	35.341	Ponte de Lima	43.498	Ferrol	71.232
Chaves	41.243	Porto	237.591	Lugo	98.560
Espinho	31.786	Póvoa de Varzim	63.408	Narón	39.574

Esposende	34.254	Santa Maria da Feira	139.313	Oleiros	34.563
Fafe	50.633	Santo Tirso	71.530	Ourense	106.905
Felgueiras	58.065	Trofa	38.999	Pontevedra	82.946
Gondomar	168.027	Valongo	93.858	Santiago	95.671
Guimarães	158.124	Viana do Castelo	88.725	Vigo	294.997
Lousada	47.387	Vila do Conde	79.533	Vilagarcía	37.712
Maia	135.306	Vila Nova de Famalicão	133.832		
Marco de Canaveses	53.450	Vila Nova de Gaia	302.295		
Matosinhos	175.478	Vila Real	51.850		
Oliveira de Azeméis	68.611	Vila Verde	47.888		

Tabla 1: Ayuntamientos de la muestra de estudio

Para abordar el análisis de la muestra se desarrolló una herramienta de análisis específica, adecuada a la realidad objeto de estudio.

### ESTABLECIMIENTO DE FICHA DE ANÁLISIS

A partir de la propuesta de Karkin (2013) relativa a las herramientas 2.0 para la participación pública a través de los *websites* gubernamentales, se desarrolló una ficha de trabajo basándose en las plataformas sociales de mayor penetración en el contexto de la Euroregión.

De este modo se han considerado ítems de estudio la presencia de *blogs*, *wikis*, redes sociales generalistas con mayor número de seguidores (Facebook o Twitter) y otras herramientas relevantes en el contexto de la *web* colaborativa como Youtube. Asimismo, también se ha considerado la inclusión de las *newsletters* entre los servicios de análisis dada su importante implementación en el ámbito de las entidades públicas.

En el caso concreto de Facebook, la red social de mayor penetración – tanto el ámbito global como en la Euroregión – se ha diferenciado entre perfil y página como dos posibilidades de presencia diferentes, que aportan información sobre la concepción y uso de dicha herramienta.

El empleo del perfil – orientado a usuarios individuales – refleja una limitada adaptación a la plataforma en tanto exige la invitación-confirmación para formar parte de una comunidad cerrada; la página – destinada a

productos, servicios, famosos, instituciones u otros organismos – facilita este proceso así como la participación y la obtención de *feedback*.

Finalmente para determinar la presencia de otras plataformas más minoritarias en la muestra se ha optado por la inclusión de una categoría contenedor. Dentro de dicha categoría se incluye el servicio de sindicación de contenidos RSS (*Really Simple Syndication*), en tanto que facilita el consumo de la información en línea así como el acceso y la participación en ésta.

PRINCIPALES PLATAFORMAS Y SERVICIOS 2.0.	
<i>Blog</i>	Twitter
<i>Wiki</i>	Youtube
Facebook Perfil	Newsletter
Facebook Página	Otros

Tabla 2: Herramienta de estudio. Elaboración a partir de Karkin (2013)

A partir de estas ocho variables se estudió el grado de transparencia de las principales Administraciones municipales de la Euroregión Galicia-Norte de Portugal, desde la perspectiva de su presencia en plataformas sociales.

Este análisis se desarrolló durante el mes de abril de 2015. Un período “regular” en tanto que no ha coincidido con un momento electoral en ninguno de las dos realidades estatales analizadas y, por tanto, con una presencia e información no sujeta a intereses partidistas.

Para evitar posibles sesgos en la información, derivados de las restricciones en la conexión de red o IP registrada, el proceso de recogida de datos se efectuó simultáneamente en España y en Portugal. El análisis de la realidad lusa se desarrolló durante una estancia de investigación en la Universidade do Minho, financiada por el programa IACOBUS de la Euroregión Galicia-Norte de Portugal.

## PRINCIPALES RESULTADOS

El análisis y el tratamiento sistemático de los datos recabados ha permitido elaborar un *ranking* de los ayuntamientos de la Euroregión Galicia-Norte de Portugal atendiendo al número de canales en las plataformas sociales para la distribución de información e interacción con sus diferentes públicos.

Atendiendo a dicha presencia se puede señalar importantes divergencias entre Administraciones locales. Ayuntamientos como Vigo o Pontevedra carecen como tal de presencia activa en las plataformas 2.0 analizadas, con independencia del uso de algunos de estos servicios por algún departamento dentro de la estructura municipal (juventud, turismo, etc.). Por su parte otros municipios como Ponte de Lima y Matosinhos (con presencia en 11 y ocho plataformas *online*, respectivamente) se sitúan a la cabeza de este *ranking*, multiplicando los puntos de encuentro *online* con sus diferentes públicos y, por tanto, las posibilidades de informar e interactuar con éstos a favor de una mayor transparencia.

Más allá de dichos municipios, el 68% de las administraciones locales analizadas cuentan con entre dos y cuatro canales sociales, siendo más habituales los ayuntamientos con presencia en tres redes o servicios sociales (13 ayuntamientos que suponen el 30% de la muestra).

Este *ranking* se basa en criterios exclusivamente cuantitativos – presencia en las redes sociales – sin profundizar en la existencia de una estrategia comunicativa global o en el tipo de uso que se da a dichas redes sociales. No obstante, se puede observar una mayor estandarización en la utilización de estas redes sociales por las cámaras municipales portuguesas, que copan los primeros puestos en la lista (ver Gráfico 1), frente a las españolas que se sitúan hacia el final de la misma.

## PRINCIPALES PLATAFORMAS Y SERVICIOS

Además del número de canales empleados por los ayuntamientos también se pueden señalar diferencias entre el tipo de servicios empleados (Gráfico 2).

Herramientas clásicas de la *web* 2.0 como *wikis* o *blogs* carecen de presencia en los ayuntamientos de la muestra, dado que ningún ayuntamiento apuesta por este tipo de servicios para distribuir información y comunicarse con sus públicos.

En el caso de los *blogs* dicha ausencia puede relacionarse con la integración, en todas las páginas *web* institucionales, de un espacio dedicado a las últimas noticias del municipio que puede suplir la necesidad directa de comunicarse a través de un *blog*.

La presencia de los ayuntamientos de la Euroregión Galicia-Norte de Portugal en las plataformas sociales

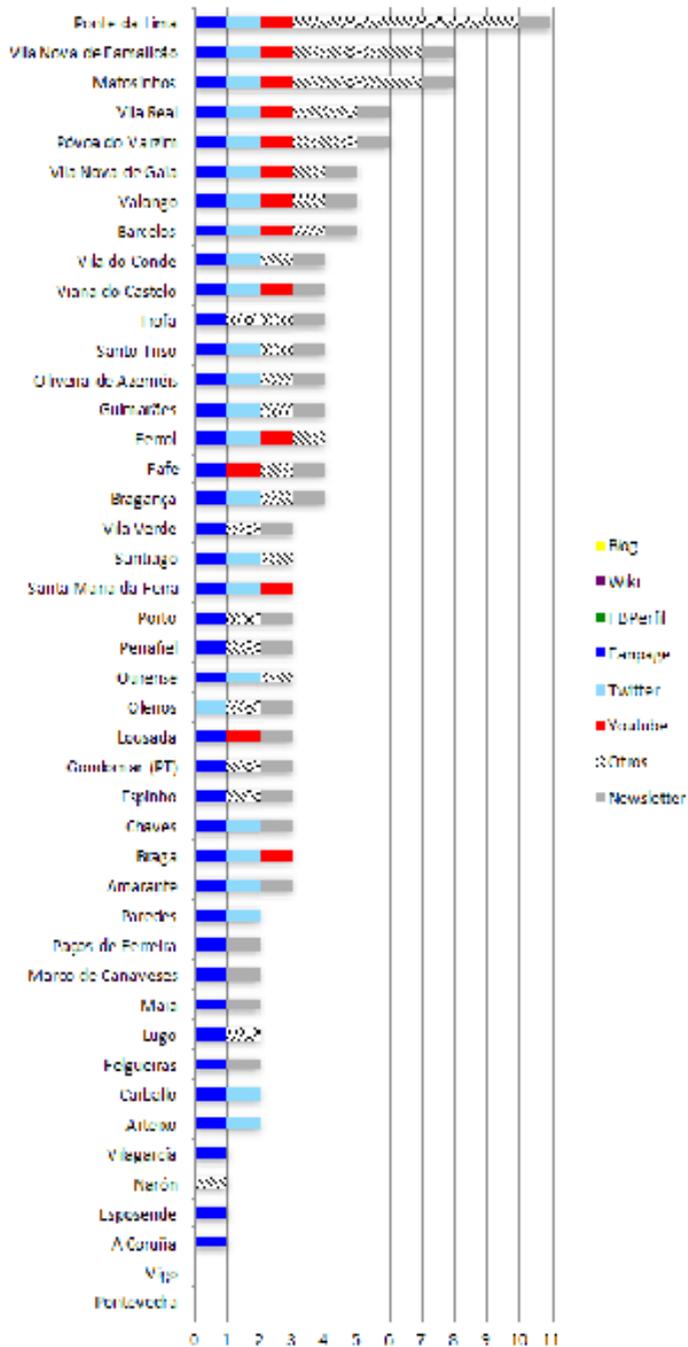


Gráfico 1: Ranking de ayuntamientos con mayor presencia en plataformas sociales

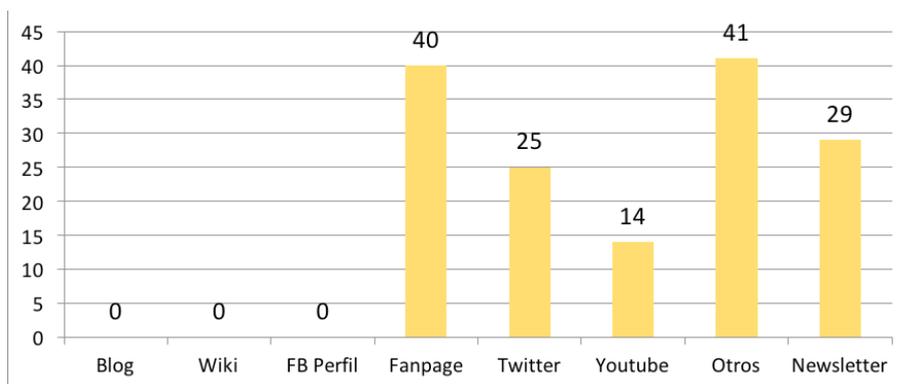


Gráfico 2: Plataformas y herramientas 2.0 más empleadas por los ayuntamientos de la muestra

Facebook y Twitter constituyen las plataformas sociales con mayor presencia entre los principales municipios de la Eurorregión Galicia-Norte de Portugal. La integración de estas plataformas no es homogénea entre las administraciones locales de la muestra, sino que se puede señalar la preeminencia de Facebook frente a Twitter, así como una mayor utilización por las entidades lusas frente a las españolas.

Por su parte, resulta destacable la penetración del boletín electrónico o *newsletter*; 29 administraciones de la muestra, todas ellas portuguesas, emplean esta fórmula para mantener informados a sus públicos de las novedades del ayuntamiento y de la gestión municipal. Prácticamente todas las cámaras municipales lusas, con la excepción de Esposende, Santa Maria da Feira, Paredes y Braga, incorporan en su página de inicio un formulario que permite la suscripción a este boletín de información local. En el caso de Vilanova de Gaia, en lugar del formulario de suscripción, integra un acceso directo a *issuu*; un servicio *web* donde se publican las actualizaciones de este boletín.

Frente a la importante penetración de las *newsletter* en la administración municipal portuguesa, como herramienta de comunicación con sus públicos, ningún ayuntamiento español emplea el boletín electrónico. De este modo, las entidades locales gallegas desaprovechan las oportunidades que ofrece dicha *push technologies* para informar a la ciudadanía, de forma sencilla y periódica, de las novedades del ayuntamiento y la gestión municipal.

## PRESENCIA Y USO DE FACEBOOK

Facebook constituye la plataforma social con mayor presencia entre los municipios de la Euroregión Galicia-Norte de Portugal. Prácticamente todos los ayuntamientos analizados (40 municipios que conforman el 90% de la muestra) cuentan con presencia activa en esta red social. Solamente los gobiernos municipales de Vigo, Pontevedra, Narón y Oleiros – todos ellos gallegos – carecen de un canal propio dentro de esta plataforma.

Si se atiende al tipo de presencia desarrollada, las administraciones locales han optado por la creación de *fanpages*, cuestión que remite a una gestión más eficaz de los recursos que Facebook proporciona. En el contexto actual ningún ayuntamiento mantiene un perfil de usuario, un tipo de error bastante frecuente en las entidades que puede lastrar las estrategias de comunicación desarrolladas en esta red social así como sus posibilidades para la interactividad.

Además de la presencia de las administraciones municipales en esta plataforma social se estudió el tipo de acceso previsto: únicamente desde la propia plataforma o a través de un link, icono o plug-in social en la *website* institucional. Se partía de la consideración de que la previsión de un acceso desde la página *web* no sólo interconecta dos canales de la estrategia comunicativa *online* del ayuntamiento, sino que permite derivar el tráfico de la página *web* al plataforma social.

La mayoría de las entidades analizadas con presencia en Facebook (un total de 29 que conforman el 72% de la muestra) prevén el acceso desde la página *web* institucional, fundamentalmente a través de un botón específico en el encabezado o pie de la página, lo que incrementa la accesibilidad de su canal en la red social.

Para localizar los restantes municipios con presencia institucional en Facebook, se empleó el buscador de la red social. Un proceso que permitió señalar 11 ayuntamientos (representados con trama en el Gráfico 3) cuyo acceso a la *fanpage* se efectúa únicamente desde la plataforma social: Amarante, Guimarães, Marco de Canaveses, Ponte de Lima, Santo Tirso, Esposende, A Coruña, Carballo, Arteixo, Lugo y Vilagarcía.

En lo que respecta a la frecuencia de actualización, se pueden señalar estrategias comunicativas muy dispares. Si bien la mayoría de los ayuntamientos actualizan su canal en Facebook de forma constante, lo que refleja una importante apropiación de la plataforma, en otros casos este canal ha quedado relegado como plataforma de comunicación como muestra la ausencia de publicaciones en los últimos meses.

## PRESENCIA Y USO DE TWITTER



Gráfico 3: Presencia de ayuntamientos en Facebook (accesible desde la *web* y únicamente desde Facebook)

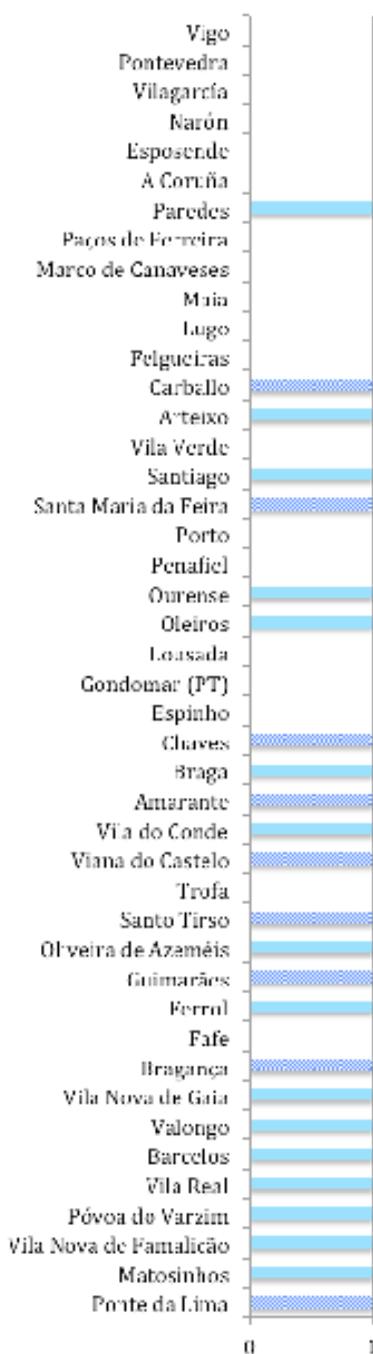


Gráfico 4: Presencia de ayuntamientos en Twitter (accesible desde la *web* y accesible únicamente desde Twitter)

Twitter constituye la segunda plataforma atendiendo a su influencia, tanto en el ámbito global, como en el contexto de la Euroregión Galicia-Norte de Portugal. Esta relevancia ha tenido su reflejo en los municipios de la muestra.

En efecto, un total de 25 municipios (que constituyen el 57% de la muestra) tienen perfil activo en la red de *microblogging*.

Al igual que sucedía con Facebook, no todos los ayuntamientos permiten el acceso a Twitter desde la propia página *web* institucional, lo que dificulta el traspaso de la ciudadanía a dicho perfil en la red de *microblogging*.

En efecto, de los 25 ayuntamientos con presencia activa en esta red social, solamente 14 (que constituyen el 56%) integran en su *web* algún tipo de acceso a su espacio en Twitter. Estos ayuntamientos – Barcelos, Braga, Matosinhos, Oliveira de Azeméis, Paredes, Póvoa do Varzim, Valongo, Vila do Conde, Vila Nova de Famalicão, Vila Nova de Gaia, Vila Real, Santiago, Ferrol, Oleiros, Arteixo, Ourense – suelen incorporar un icono con enlace en el encabezado o pie de la *homepage*.

Por su parte, otros 9 ayuntamientos cuentan con su un perfil institucional en Twitter, aunque solamente accesible desde la propia plataforma de *microblogging*. Estos perfiles, recuperados a través del buscador de este servicio social (que se presentan con trama en el Gráfico 4), se corresponden con los ayuntamientos de Amarante, Chaves, Guimarães, Ponte de Lima, Santa Maria da Feira, Santo Tirso, Viana do Castelo, Bragança y Carballo.

## PRESENCIA Y USO DE YOUTUBE

En lo que respecta a otras plataformas sociales, más allá de Facebook y Twitter, resulta preciso señalar la penetración de Youtube en los principales ayuntamientos de la Euroregión Galicia-Norte de Portugal. Este servicio 2.º de vídeos ha sido empleado por 14 gobiernos municipales (32% de la muestra), en su mayoría portugueses: Barcelos, Braga, Fafe, Lousada, Matosinhos, Ponte de Lima, Póvoa do Varzim, Santa Maria da Feira, Valongo, Viana do Castelo, Vila Nova de Famalicão, Vila Nova de Gaia, Vilarreal y Ferrol.

Todos estos ayuntamientos prevén algún tipo de acceso directo desde la página *web* a la plataforma social. Un acceso que suele efectuarse a través de un botón o de un vídeo embebido en la propia página *web* institucional.

## PRESENCIA Y USO DE OTRAS PLATAFORMAS SOCIALES

La inclusión del ítem “otros” ha permitido constatar el empleo de otras plataformas o servicios 2.0 de forma minoritaria en la muestra de análisis o, al menos, que se preveían como tal en el momento de elaboración de la ficha de análisis.

Dentro de ellos destaca el empleo de servicios de sindicación de contenidos (RSS) que permite la consulta de actualizaciones, de forma automatizada en espacios del usuario, sin acceder al *website* institucional. Esta facilidad de acceso y consumo de información que brinda la sindicación de contenidos ha llevado a considerarlo un servicio de la *web* social presente en 19 *sites* de ayuntamientos, en su mayoría portugueses.

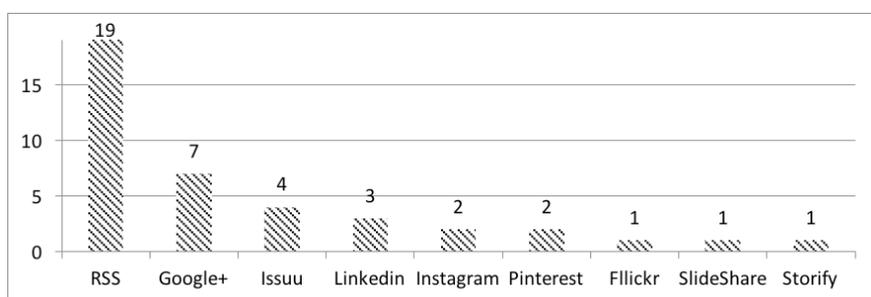


Gráfico 5: Otras redes sociales empleadas por los ayuntamientos, accesibles desde su *web*

Google+ constituye la red social con mayor presencia dentro del la variable “otros”. En efecto, el análisis llevado a cabo ha permitido señalar un total de 7 cámaras municipales portuguesas que han incorporado esta plataforma 2.0. para la interacción con sus públicos.

Otros servicios 2.0 que cuentan con una discreta presencia entre los ayuntamientos de la Euroregión son Issue y Slideshare, para el almacenamiento de archivos en línea; LinkedIn, red social profesional; Instagram, Pinterest y Flickr, plataformas de fotografía; y Storify, que permite la creación de narraciones multimedia a partir de diversos recursos *web*. Todas estas plataformas han sido incorporadas, aunque de forma testimonial, por ayuntamientos del contexto portugués.

En este caso resulta destacable Ponte de Lima, una cámara municipal que se presenta como *early adopter* de muchos de estos servicios, desarrollando una estrategia de comunicación extensiva a través de diversos puntos de contacto con los públicos.

SERVICIOS Y PLATAFORMAS 2.0 CON MENOR PRESENCIA EN LA MUESTRA	
<b>Google+</b>	Trofa, Vilarreal, Vila Nova de Famalicão, Póvoa do Varzim, Porto, Ponte da Lima, Matosinhos
<b>Issuu</b>	Vilanova da Gaia, Vila Nova de Famalicão, Póvoa do Varzim, Ponte de Lima
<b>LinkedIn</b>	Ponte de Lima, Penafiel, Matosinhos
<b>Instagram</b>	Vila Nova de Famalicão, Valongo
<b>Pinterest</b>	Ponte de Lima, Matosinhos
<b>Flickr</b>	Ponte de Lima
<b>Slideshare</b>	Ponte de Lima
<b>Storify</b>	Ponte de Lima

Tabla 3: Otras plataformas y servicios 2.0 en función del municipio que las integra

## CONCLUSIONES

El análisis desarrollado en torno a la presencia de la Administración local de la Euroregión Galicia-Norte de Portugal en las plataformas de gestión de redes sociales ha permitido señalar importantes divergencias en la apropiación de dichas plataformas por los ayuntamientos españoles y portugueses.

La elaboración de un *ranking* de municipios, basándose en la cuantificación de los canales sociales en los que desarrollan sus prácticas comunicativas, ha permitido señalar las administraciones municipales más accesibles para la ciudadanía en la red. Del mismo modo, dicho análisis ha puesto de relevancia la existencia de un núcleo de ayuntamientos – todos ellos españoles – carentes de un canal propio en las principales plataformas y servicios 2.0. Aunque estos municipios cuentan con perfiles de determinados departamentos, como el de turismo, éstos no pueden suplir el papel comunicativo e informativo de los canales institucionales.

El empleo de la *web* 2.0 como un espacio directo de interacción y participación de la ciudadanía, que estimule la conversación social entre Administración y la sociedad, queda bastante relegado en la muestra. Ningún gobierno municipal emplea *blogs* o *wikis* para publicar sus contenidos, unas herramientas que en el ámbito portugués han sido sustituidas por los servicios de sindicación de contenidos (RSS) o las *newsletters*.

En lo que se refiere a los social media Facebook, Twitter y Youtube se consolidan como las principales plataformas de la muestra de estudio aunque con diferencias en su penetración, acceso y utilización.

Algunos de los ayuntamientos con presencia en Facebook y Twitter no permiten el acceso a estos canales sociales desde la página *web* institucional. Una cuestión que, además de dificultar el acceso y trasvase de usuarios del *website* a las redes sociales, refleja la carencia de una concepción global de la comunicación 2.0.

Asimismo, pese a la total integración de Facebook en las cámaras municipales portuguesas, éste constituye generalmente el único canal 2.0 para la interacción y comunicación con la ciudadanía en combinación con la *newsletter*.

Este boletín electrónico constituye una herramienta exclusiva del ámbito de la Administración municipal lusa. Una herramienta que asume un papel importante en la información de la administración local con la ciudadanía y, como tal, es accesible desde botones o *banners* de la propia portada.

Además de las principales plataformas sociales, los municipios portugueses también han comenzado a experimentar con otros servicios 2.0 como Google+, issuu o LinkedIn y – en menor medida – Instagram, Flickr o Pinterest. En esta línea se puede señalar una mayor tendencia de las cámaras municipales portuguesas a la apertura de la información en la Red. Una tendencia que, sin embargo, responde más a la distribución de información a través de diversos canales que a una estrategia real e integrada.

Hoy, una década después de la aparición de Facebook y Twitter resulta preciso implementar estrategias más ambiciosas, que permitan el establecimiento de una nueva relación de la Administración con la sociedad. Especialmente en el contexto local donde es factible la interacción con la ciudadanía, la distribución de información y datos segmentada para los diversos públicos e incluso la integración de la participación de los usuarios en la gestión municipal, desarrollando políticas abiertas y colaborativas.

Los ayuntamientos analizados, que presentan un importante volumen de población y de recursos, deben implementar estrategias comunicativas que faciliten la distribución de información sobre su gestión y la interacción con sus públicos. En el diseño de estas estrategias uno de los pilares fundamentales consiste en la selección de canales 2.0, entendidos como *touch points* con sus públicos; una selección que puede redundar en una mayor accesibilidad, interactividad y, como resultado de ambas, transparencia.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acemoglu, D. & Robinson, J. A. (2012). *Why nations fail: the origins of power, prosperity and poverty (Vol. 4)*. Nova lorque: Crown Business.
- Alonso, A. & García-García, J. (2014). Evaluación de la transparencia municipal en el Principado de Asturias. *Auditoría Pública*, 64, 75-86. Recuperado de <http://goo.gl/mwFvu6>
- Baamonde-Silva, X. M. (2011). Las redes sociales como herramientas de Relaciones Públicas de las instituciones europeas. *Correspondencias & Análisis*, 1, 67-82. Recuperado de <http://goo.gl/7fAw4D>
- Calderón, C. & Lorenzo, S. (2011). *Open Government. Gobierno abierto*. Jaén: Algón Editores.
- Couffigal, G. (2006). La descentralización: una nueva idea de América Latina. In A. E. Solari & J. M. Sanguinetti (Eds.), *Sociología del desarrollo, políticas sociales y democracia: estudios en homenaje a Aldo E. Solari*. México: Siglo XXI.
- Frías Aceituno, J. V.; Marques, M. da C. & Rodríguez Ariza, L. (2013). Divulgación de información sostenible: ¿se adapta a las expectativas de la sociedad? *Revista de Contabilidad*, 16(2), 147-158. doi: 10.1016/j.rcsar.2013.07.004
- Frost, G. (2007). The introduction of mandatory environmental reporting guidelines: Australian evidence. *Abacus*, 43(2), 190-216. doi: 10.1111/j.1467-6281.2007.00225.x
- García Sánchez I.M.; Frías, J.V. & Rodríguez, L. (2013). Determinants of corporate social disclosure in Spanish local governments. *Journal of Cleaner Production*, 39, 60-72. doi: 10.1016/j.jclepro.2012.08.037
- Karkin, N. (2013). Herramientas Web 2.0 para la participación pública a través de los sitios de internet del gobierno. *Gestión y Política Pública*, 22 [Vol. Gobierno Electrónico], 307-331.
- Manfredi, J. L. (2014) Periodismo e innovación: comunicación pública y poder en el gobierno local. In *VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social (VI CILCS). Libro de actas*. La Laguna: Universidad de La Laguna. Recuperado de <http://goo.gl/LGVGU1>
- Martín-Martínez, R. M. & García-Muiña, F. G. (2011). La influencia de factores institucionales en la transparencia de los ayuntamientos. *AECA: Revista de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas*, 94, 7-11. Recuperado de <http://goo.gl/i7jBg9>

- Meijer, A.J.; Curtin D. & Hillebrandt M. (2012). Open government: connecting vision and voice. *International Review of Administrative Sciences*. 78(1) 10-29. doi: 10.1177/0020852311429533
- Navarro, A.; Alcaraz, F. J. & Ortiz, D. (2010). La divulgación de información sobre responsabilidad corporativa en Administraciones Públicas: Un estudio empírico en gobiernos locales. *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 13(2), 285-314. doi: 10.1016/S1138-4891(10)70019-4
- Navarro, A.; de los Ríos, A.; Ruiz, M. & Tirado, P. (2014). Transparency of sustainability information in local governments: English-speaking and Nordic cross-country analysis. *Journal of Cleaner Production*, 64(1), 495-504. doi: 10.1016/j.jclepro.2013.07.038

## OUTRAS REFERENCIAS

- Hernández-Bonivento, J. & Güemes, M. C. (2013). Confianza e instituciones informales: condicionantes del éxito/fracaso de las estrategias de Gobierno Abierto. Comunicación presentada al XI Congreso de AECPA. La política en tiempos de incertidumbre, Sevilla. Recuperado de <http://goo.gl/1EHK5k>
- Índice de los ayuntamientos ITA (2014) Recuperado de <http://goo.gl/idcpXS>
- Índice de Transparencia Municipal ITM. Recuperado de <http://goo.gl/6P6fsN>
- Instituto Galego de Estatística (2014). Datos estadísticos. Recuperado de <http://goo.gl/oXWxuu>
- Instituto Nacional de Estatística (2011). Datos Estadísticos. Recuperado de <http://goo.gl/eiqeC4>

### Citação:

Martínez-Rolán, X.; Piñeiro-Otero, T. & Caldevilla-Domínguez, D. (2017). 17. Instituciones locales 2.0. Análisis de la presencia de los ayuntamientos de la Euroregión Galicia-Norte de Portugal en las plataformas sociales. In R. Ribeiro, V. de Sousa & S. Khan (Eds.), *A Europa no mundo e o mundo na Europa: crise e identidade. Livro de atas* (pp. 262-279). Braga: CECS.