



Redes sociales y comunicación gubernamental digital en el ámbito local

Crespo Martínez, I., Rojo Martínez, J. M., Mayordomo Zapata, C., Moreno Moreno, S., y Soler Contreras, A.

Tirant lo Blanch. Murcia, 2023, 210 pp.

ISBN: 978-84-1169-300-4,
978-84-1169-301-1

Por: Isabel López Amador¹

Recibido: 20-09-2024 – Aceptado: 05-02-2025
<https://doi.org/10.26441/RC24.1-2025-R1-3656>

Con la llegada de las redes sociales y su posicionamiento como una de las principales fuentes de información con las que cuentan los ciudadanos, las administraciones públicas y los partidos políticos no deben quedarse atrás y deben aprovechar esta gran oportunidad para acercarse a su comunidad y, si cabe, expandirla.

Como dice Magda Rivero Hernández (2017) “la comunicación no es una opción sino una obligación”, y conseguir una comunicación digital efectiva no es sencillo, por lo que es necesaria una profesionalización de este sector y más trabajos académicos que puedan determinar el camino a seguir por parte de los actores políticos. Es especialmente interesante la administración local en España, pues es el nivel más próximo a los ciudadanos. En este sentido, fueron Ignacio Criado y Francisco Rojas Martín (2015) los primeros en estudiar el uso de las redes sociales por parte de los ayuntamientos de España con más de 50 mil habitantes, incluyendo una gran variedad de redes sociales.

Se encargaron, entre otras cosas, de preguntar a los responsables de los ayuntamientos si contaban con una guía para el uso de redes sociales digitales en su administración. Solo el 26,4% contestó que sí. Criado y Rojas concluyen que existe un amplio margen de mejora por parte de los ayuntamientos y que queda un largo camino por recorrer.

Pero, ¿por qué se van a molestar los ayuntamientos en invertir recursos humanos y económicos en la comunicación gubernamental digital? En primer lugar, porque son los propios ciudadanos los que lo están pidiendo. Y estas peticiones “van desde un buen gobierno corporativo, una conducta ética, participación en la toma de decisiones en los asuntos que les atañen, mayor transparencia y rendición de cuentas, hasta el reclamo de bienes y servicios públicos que respondan a criterios de calidad, eficiencia y eficacia” (Rivero Hernández, 2016: 2).

¹ Isabel López Amador. Graduada en Ciencias Políticas, Gobierno y Administración Pública por la Universidad de Murcia. isabel.lopeza@um.es

Además, si los ayuntamientos no se encargan de informar y comunicar, otras fuentes lo harán, participando así en la construcción de la opinión pública y escapando del control institucional, lo que acabaría perjudicando a las administraciones (Campillo Alhama, 2010).

Queda expuesta, por lo tanto, la necesidad de implementar e invertir recursos en esta área, además de los motivos por los que un estudio de este tipo, centrado en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y más actualizado, es de gran utilidad para los ayuntamientos que la conforman, así como a los ayuntamientos vecinos.

Uno de los autores, Ismael Crespo, ha participado en otros libros sobre comunicación gubernamental, como *La comunicación política y las nuevas tecnologías* y *¿Estamos preparados? La comunicación de la gestión de crisis en la Administración Pública Española*. Además, existen libros similares de otros autores, como *El sector de la comunicación y la publicidad en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia*. Sin embargo, no contábamos todavía con un análisis centrado en el sector público local de nuestra provincia, que además incluyese una guía para estas de forma tan actualizada y cercana. Por lo tanto, es totalmente novedoso y su aporte es considerable.

Para la realización de este libro, fruto de la colaboración entre el Laboratorio de Comunicación Política y la Dirección General de Administración Local de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, se ha llevado a cabo un análisis de contenido cuantitativo, un análisis métrico de las redes sociales y un cuestionario aplicado a los 45 municipios de la Región de Murcia con una muestra real de 116 cuentas.

En la primera parte, donde se realiza un análisis del uso que llevan a cabo los ayuntamientos de la Región de Murcia de sus redes sociales, podemos ver que la mayor cantidad de municipios murcianos se encuentra en un grado de profesionalización medio. Todavía queda mucho por mejorar, teniendo en cuenta que la importancia de las redes sociales y del mundo digital solo va a ir creciendo a lo largo de los años, y no al contrario. Además, no podemos obviar la importancia del liderazgo actualmente como factor decisivo del voto (Crespo et al, 2023: 139). Por ello, es vital que los alcaldes y alcaldesas tengan unas redes sociales activas para poder crear una marca personal digital. Es decir, la construcción de su imagen debe ser “al menos, meditada” (Crespo et al, 2023: 141).

Es inevitable y necesaria una modernización de la comunicación digital de los gobiernos, especialmente teniendo en cuenta que, en el caso de Murcia, un 82,2% de los ayuntamientos no tiene un protocolo para el uso de redes sociales (Crespo et al, 2023: 50) y un 64,4% no usa ningún software avanzado de gestión (Crespo et al, 2023: 56). Es decir, no siguen ninguna pauta para la comunicación digital, ni realizan análisis sobre su uso y sus resultados. Así lo demuestra el hecho de que un 24,4% (Crespo et al, 2023: 57) de los encargados de esta área en los ayuntamientos de Murcia no tiene titulaciones académicas relacionadas con este ámbito. Se necesitan profesionales exclusivamente dedicados a la gestión de las redes, que sean capaces de utilizar herramientas de edición de vídeo e imagen.

Hay que tener en cuenta, además, que lo que se busca no es cantidad, sino calidad. Los ayuntamientos más profesionales, de hecho, realizan menos publicaciones, como se demuestra en este estudio. Las redes sociales de los ayuntamientos murcianos se

dedican a informar, cuando lo que se necesita es comunicar; involucrar a los ciudadanos y escuchar sus opiniones, lo que generará más interés por su parte.

En la segunda mitad del libro, en el apartado del manual para los ayuntamientos, podemos encontrar las indicaciones a seguir en cada caso, así como otras recomendaciones e información a tener en cuenta a la hora de desarrollar la comunicación gubernamental digital.

Queda expuesta, de esta forma, la necesidad de contar con profesionales encargados de estas áreas, ya que cada detalle cuenta: el lenguaje y tono del mensaje, los recursos audiovisuales, la identidad que se crea en redes sociales, etc. La estrategia cambiará según la red social que se trate, y es vital mantener la coherencia entre todas ellas y sus publicaciones. Todos estos pequeños elementos bien implementados darán lugar a una administración local moderna, abierta, innovadora y, por lo tanto, con una mejor relación con la ciudadanía.

En *Redes sociales y comunicación gubernamental digital en el ámbito local* podemos entender no solo cómo funciona al día de hoy la comunicación digital en los ayuntamientos de la Región de Murcia, sino también cómo deberían hacerlo y hacia dónde continuar para hacerla más efectiva y útil, contribuyendo, además, a una mejora de la calidad democrática.

Bibliografía

Campillo Alhama, C. (2010). Comunicación pública y administración municipal. Una propuesta de modelo estructural. *Pensar la Publicidad*, IV (1). Pp. 45-62. <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/19632>

Cotarelo García, R., y Crespo Martínez, I. (2012). *La comunicación política y las nuevas tecnologías*. Los Libros de la Catarata. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=561119>

Crespo Martínez, I., Medina Minguez, R. M., Garrido Rubia, A., Belinchón, M., y Juan Parodi. (2017). *¿Estamos preparados? la gestión de la comunicación de crisis en la administración pública española*. INAP, Instituto Nacional de Administración Pública. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=692803>

Crespo Martínez, I., Rojo Martínez, J. M., Mayordomo Zapata, C., Moreno Moreno, S., y Soler Contreras, A. (2023). *Redes sociales y comunicación gubernamental digital en el ámbito local: análisis del caso de los ayuntamientos de la Región de Murcia y Manual para la gestión de sus redes sociales* (1ª ed.). Tirant lo Blanch.

Criado J. I. y Rojas Martín F. (2015). El impacto de las redes sociales digitales en las administraciones locales. Mitos y realidades en el caso español. *Revista de Internet, Derecho y Política* (20), pp. 25-42. <http://dx.doi.org/10.7238/issn.1699-8154>

Martínez Martínez, I. J., Ruiz Cartagena, J. J., García Mora, M. d. C., Fuensanta Martínez, D., Sánchez Cobarro, P. d. H., Pellicer Jordá, M. T., y Castellet, A. (2019). *El sector de la comunicación y la publicidad en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia*. SÉNeCa, Agencia de Ciencia y Tecnología. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=899821>

Rivero Hernández, M. (2016). La comunicación en las instituciones de la administración pública en Sánchez Vignau, B.S. (Coord.). *Contribuciones al conocimiento de la administración pública* (pp. 41-66). Editorial Universitaria Félix Varela. https://www.researchgate.net/publication/320871128_La_comunicacion_en_las_instituciones_de_la_Administracion_Publica